



# MÓVILES Y PUBLICIDAD

percepciones, usos y tendencias



# Cuarta Ola de Móviles y Publicidad

Averiguar el uso, interés,  
conocimiento y percepción  
sobre la telefonía móvil

# Metodología



**Instituto:** Sondea



**Trabajo de Campo:** Septiembre 2010



**Técnica aplicada:** Entrevista Auto-administrada a través del correo electrónico a un panel de internautas fijando cuotas de sexo y edad según los referenciales del EGM



**Muestra del estudio:** 4033 internautas



**Muestra acumulada de las cuatro Olas:**  
16.090 entrevistas



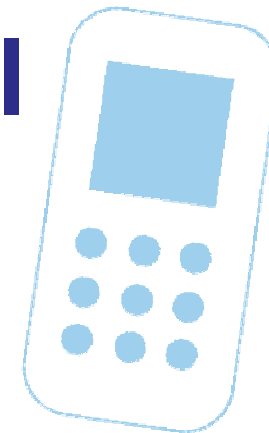
**Universo:** individuos de 14 a 44 años



# Índice

- 1.** Radiografía de la telefonía móvil
- 2.** Terminales, Dotaciones y Usos
- 3.** Contenidos Y Servicios
- 4.** Internet Móvil
- 5.** Percepción de la publicidad
- 6.** Conclusiones

# 1. Radiografía de la telefonía móvil



# Radiografía de la telefonía móvil

1,6



LÍNEAS POR PERSONA

80,0%

LÍNEA CONTRATO

83,2%

SE PAGA SU FACTURA

36 EUROS

GASTO MENSUAL

36,1%

TIENE INTENCIÓN  
DE CAMBIAR

43%

HA PORTADO

70,3%

USO PERSONAL



## Operadores



35,85%



29,70%



20,65 %



5,73%



2,93%



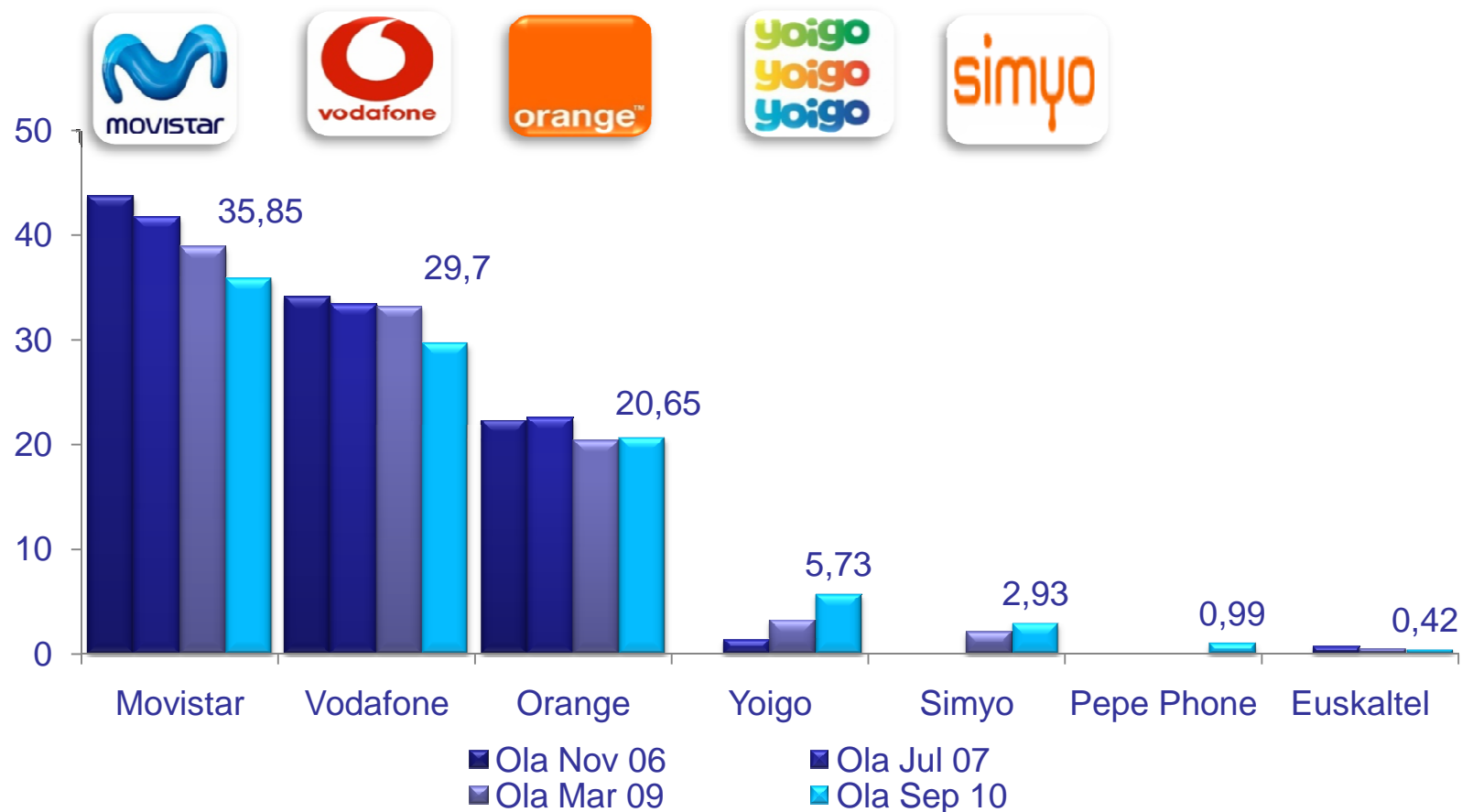
0,42%



0,99%

Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años

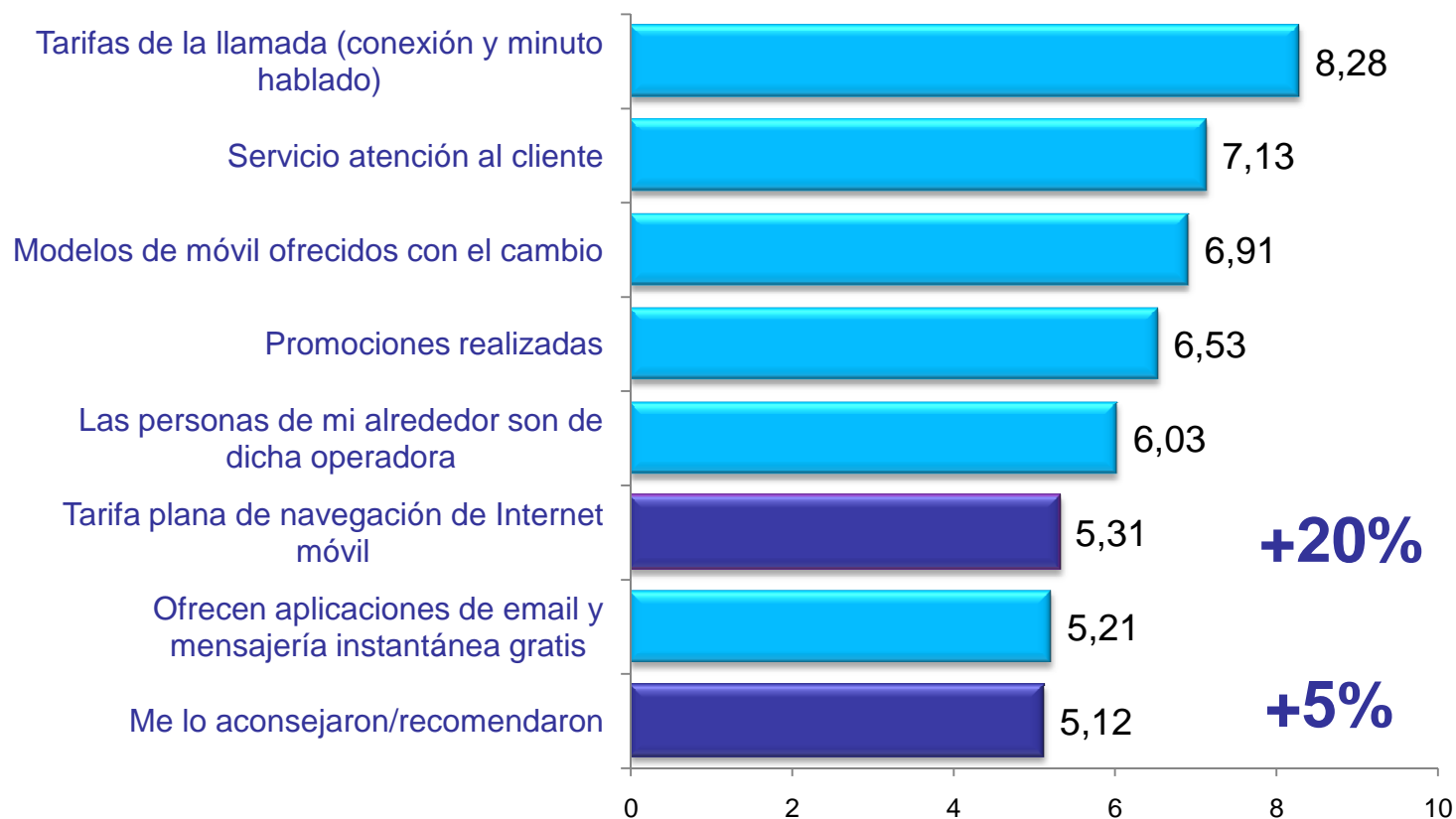
# Evolución Operadores



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado 4 Olas. Muestra 16.090 internautas 14-44 años

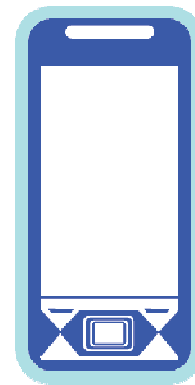
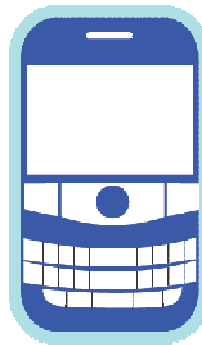
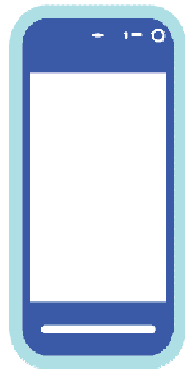


# Motivos de cambio



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años

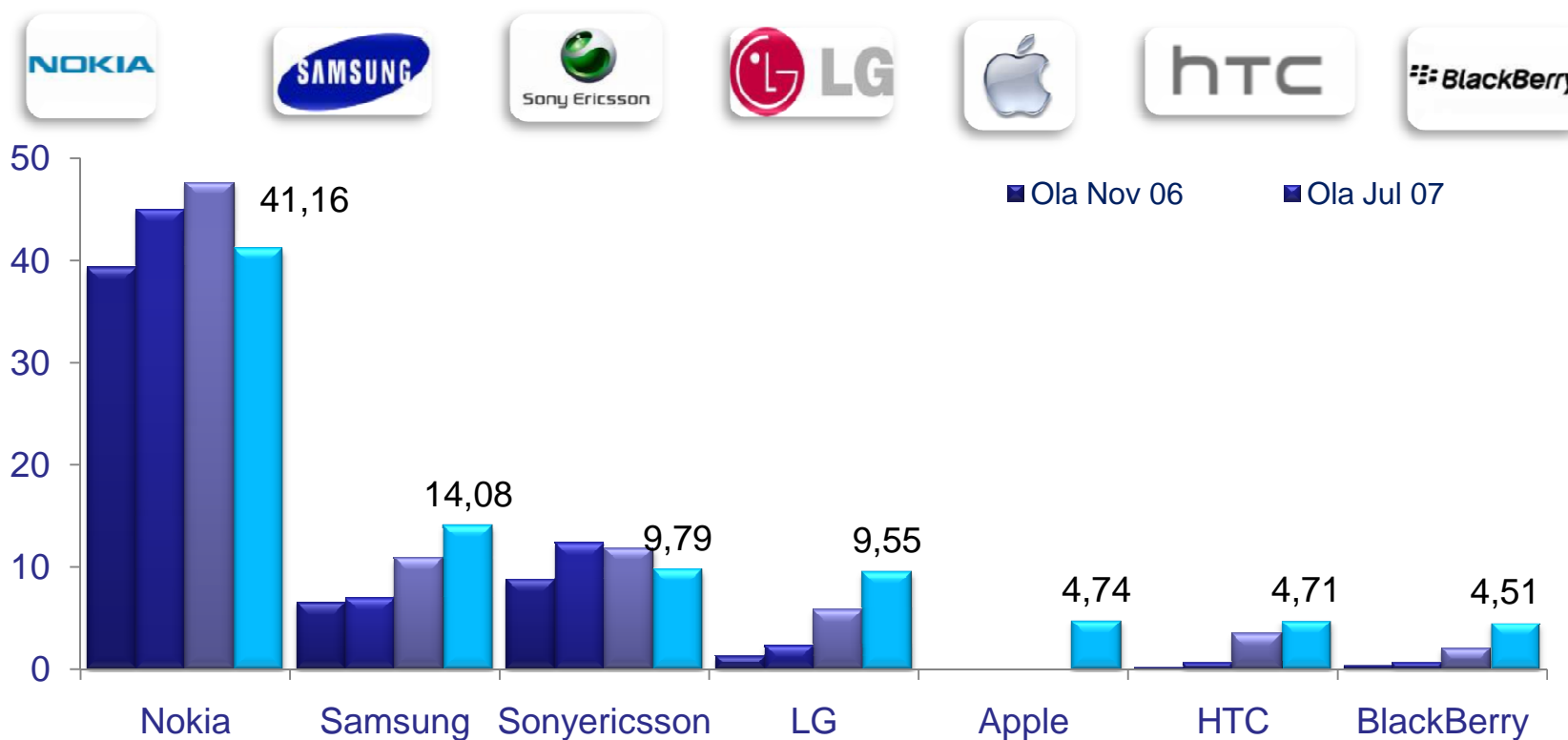
## 2. Terminales, Dotaciones y Usos



# Terminales

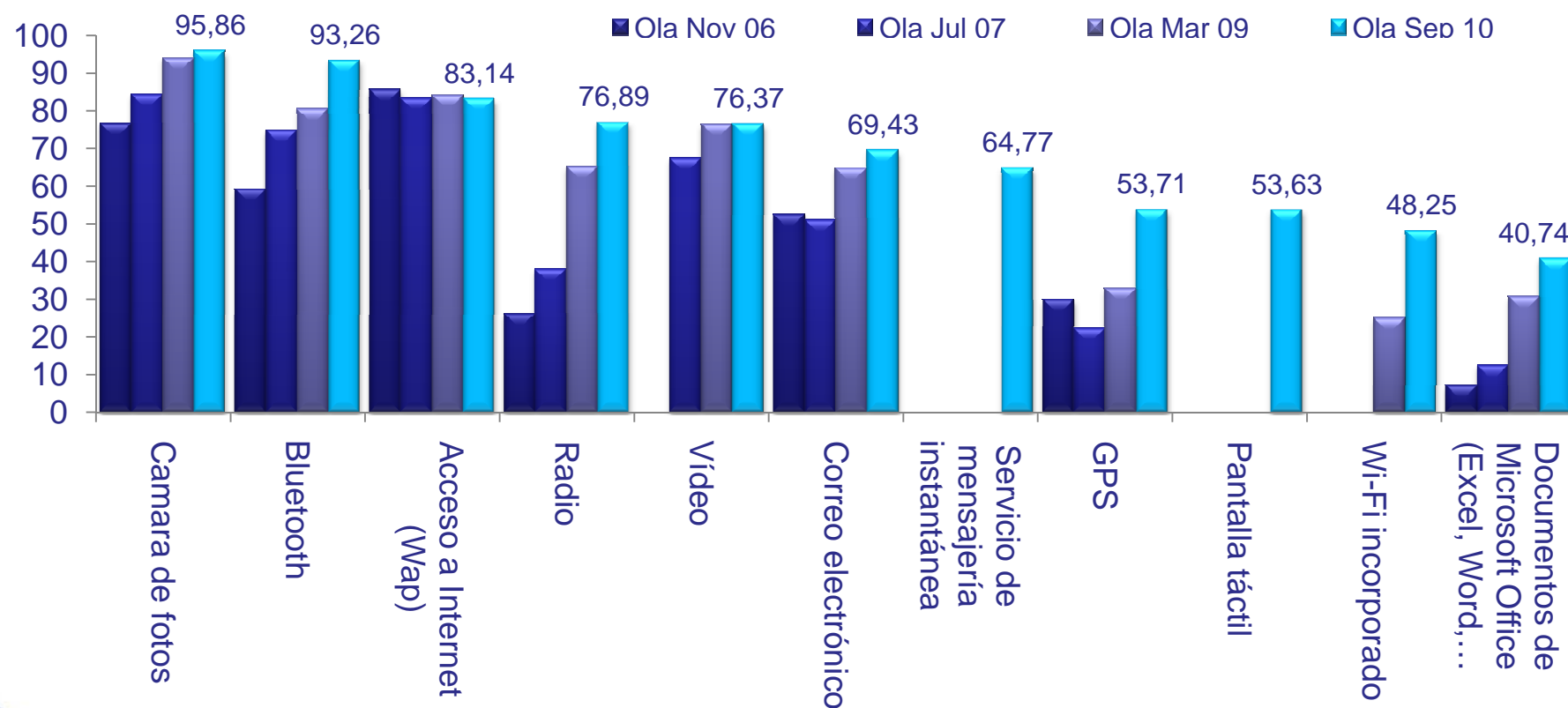
El **58 %** lleva menos de un año con el teléfono móvil (+7%)

El **93%** lleva menos de tres años con su terminal



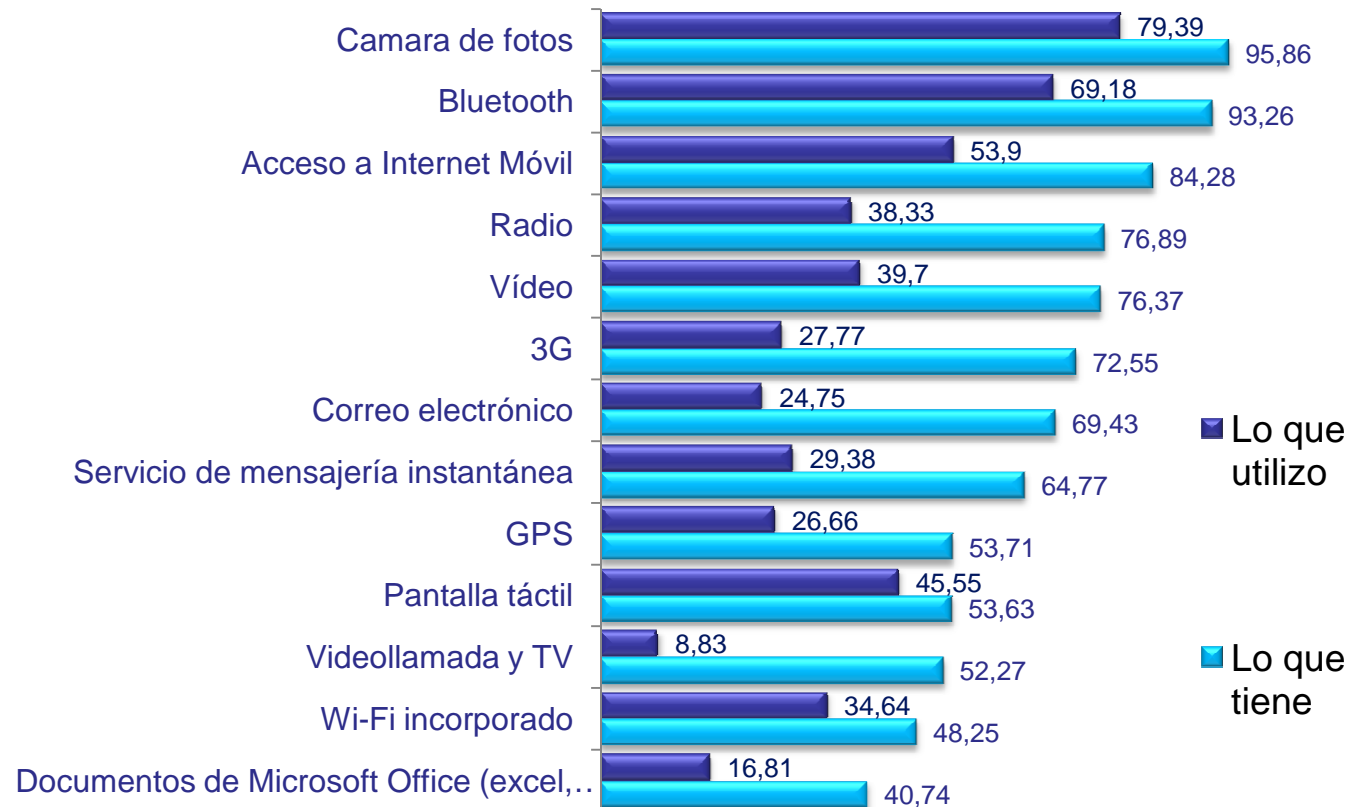
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado 4 Olas. Muestra 16.090 internautas 14-44 años

# Evolución de las dotaciones



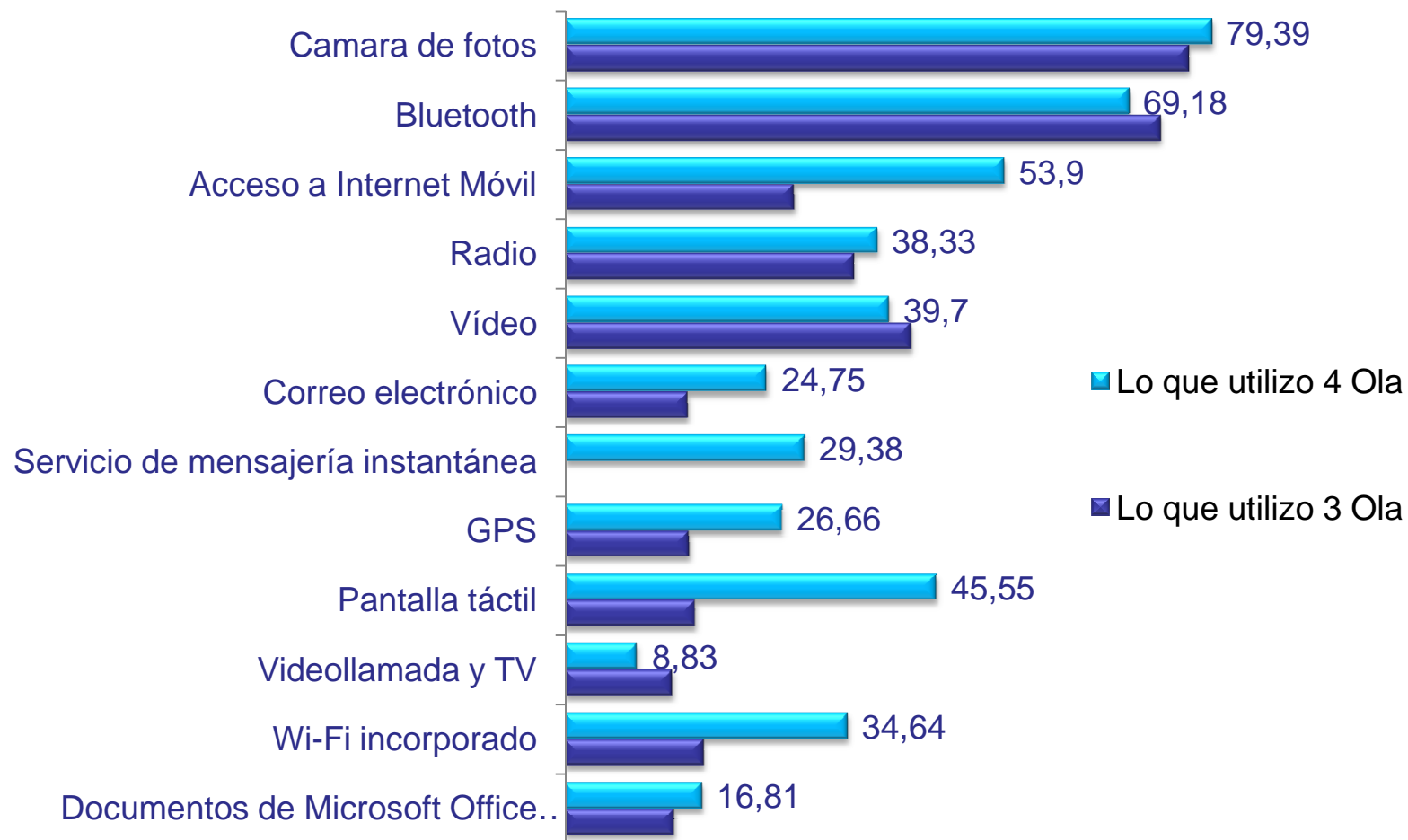
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado 4 Olas. Muestra 16.090 internautas 14-44 años

# Dotaciones vs uso



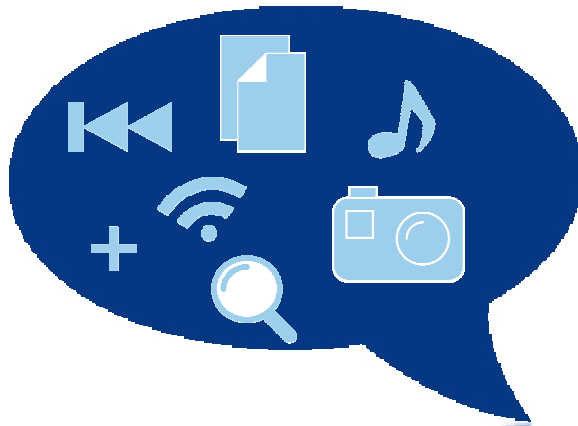
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010. Muestra 4.033 internautas 14-44 años

# Evolución del uso



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado de 2 Olas. Muestra 8.053 internautas 14-44 años

# 3. Contenidos y Servicios

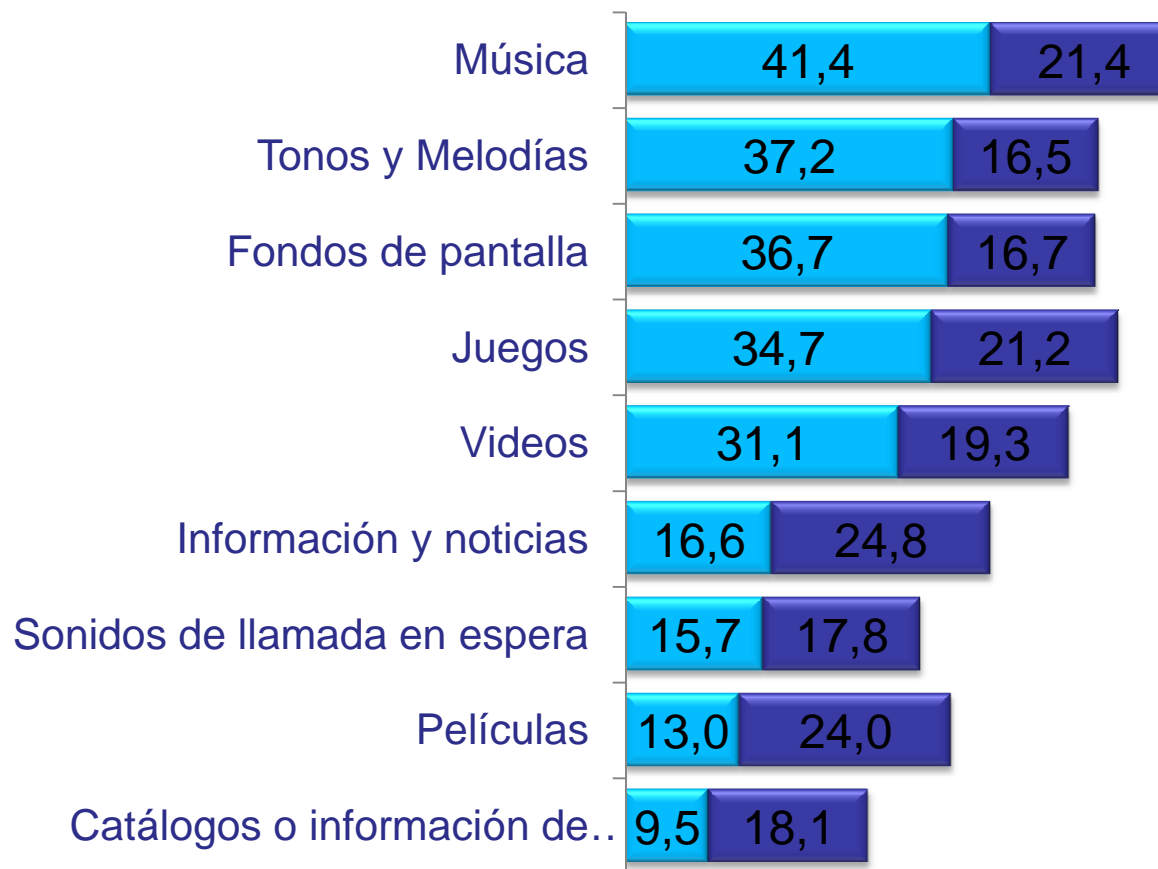


# 3.1 Contenidos





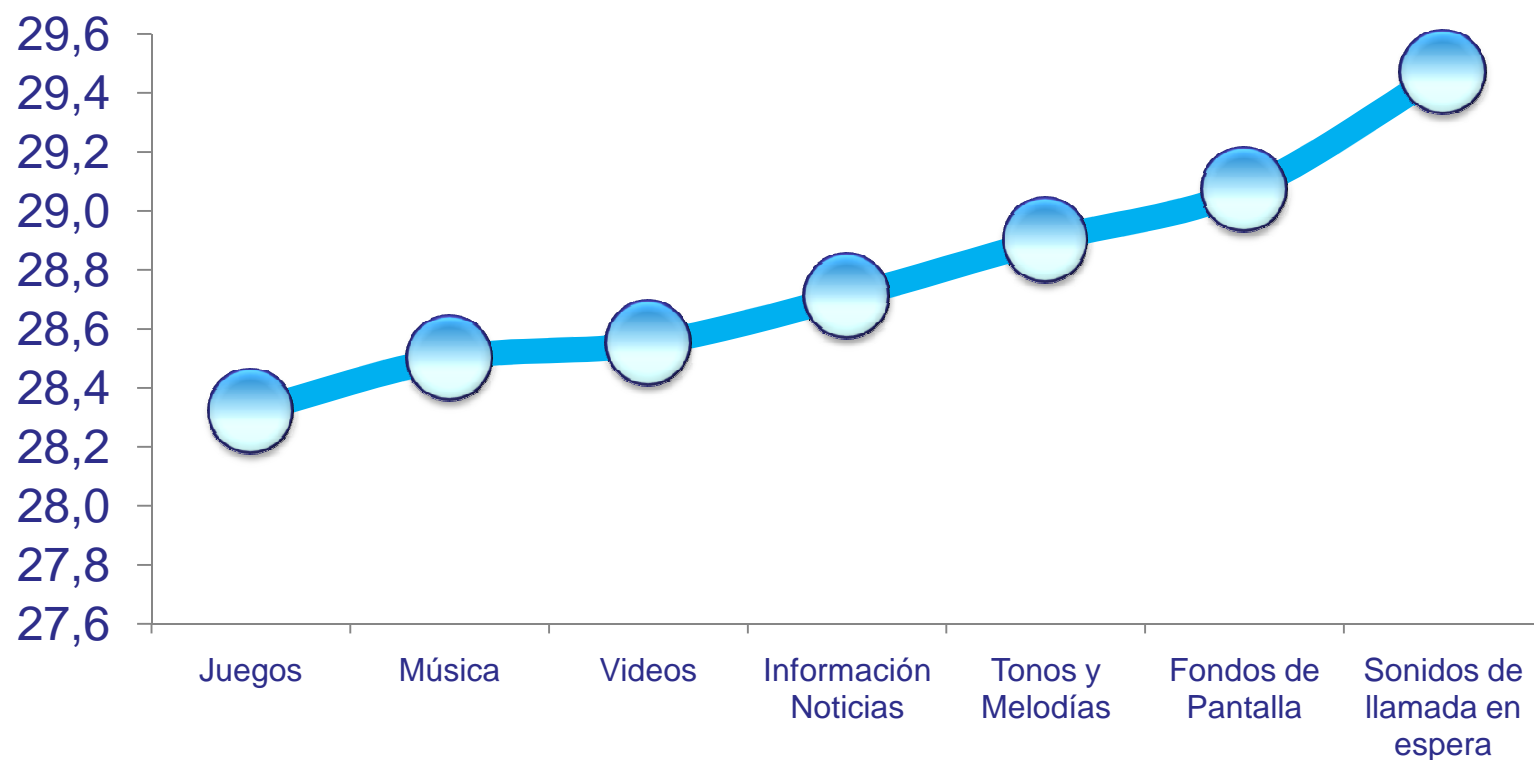
# Uso e Interés



■ Sí lo uso    ■ Lo conozco pero no lo uso aunque me interesa

Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años

## Edad Media del Usuario de Contenidos

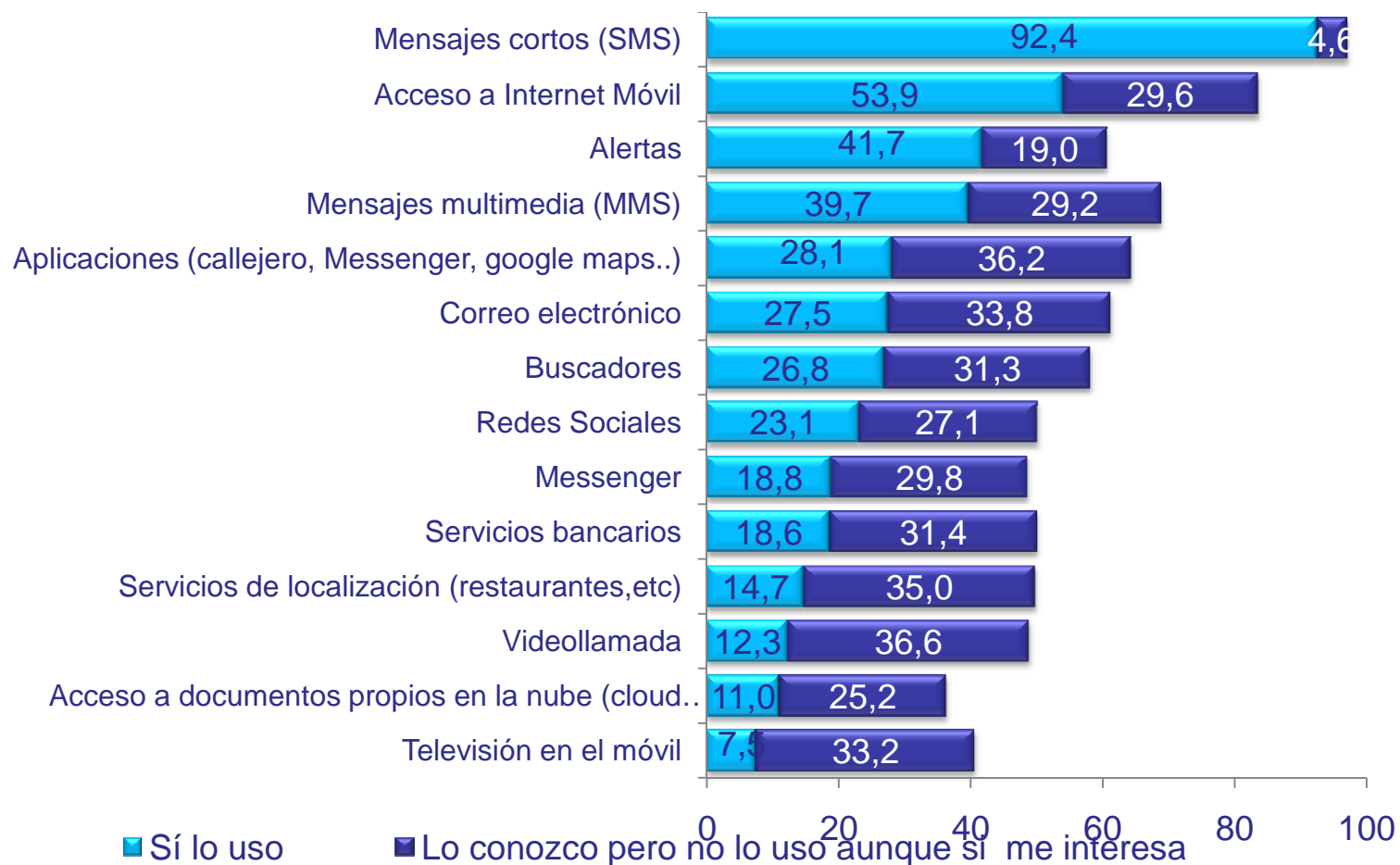


Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años

## 3.2 Servicios



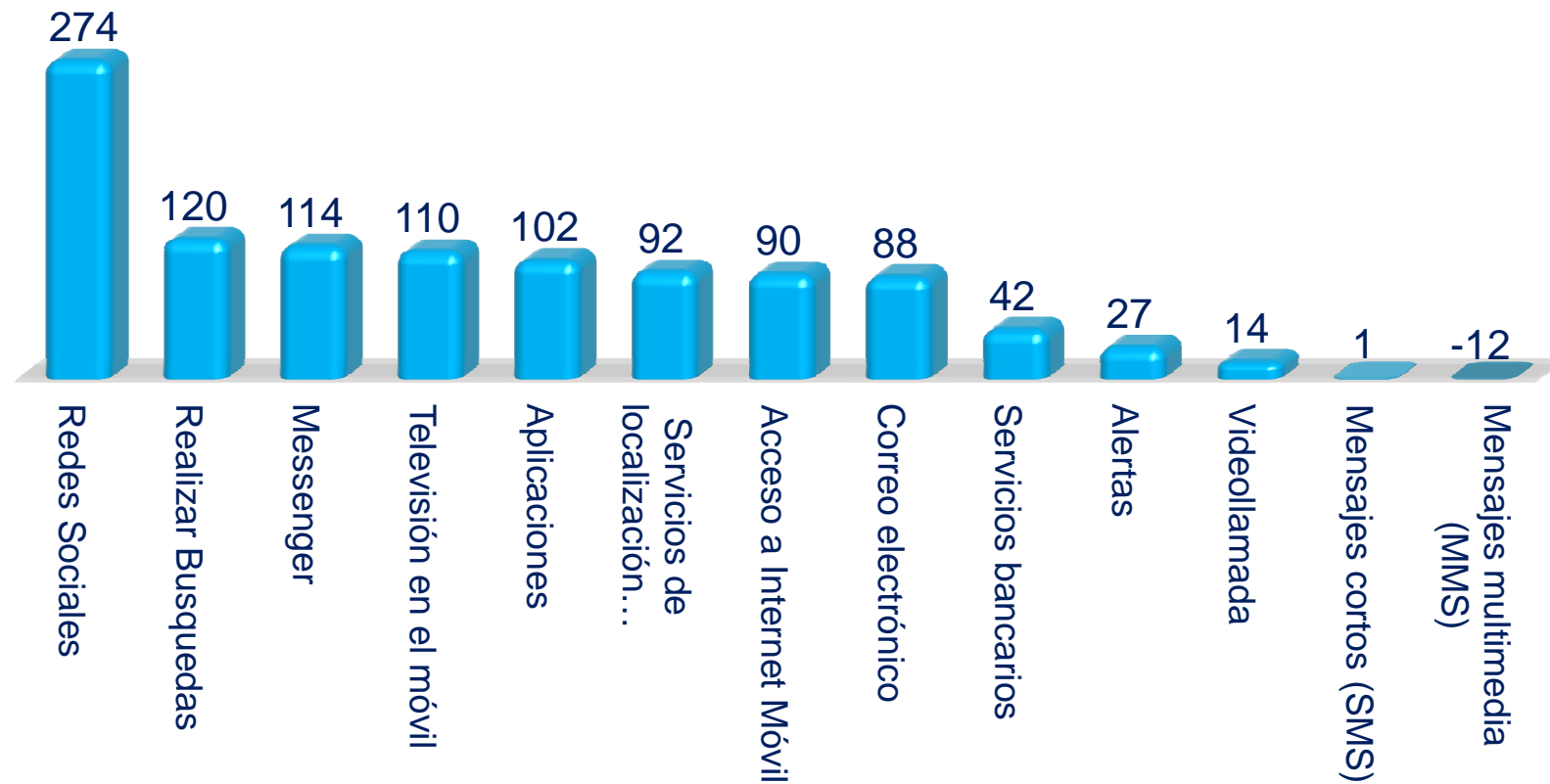
# Uso e Interés



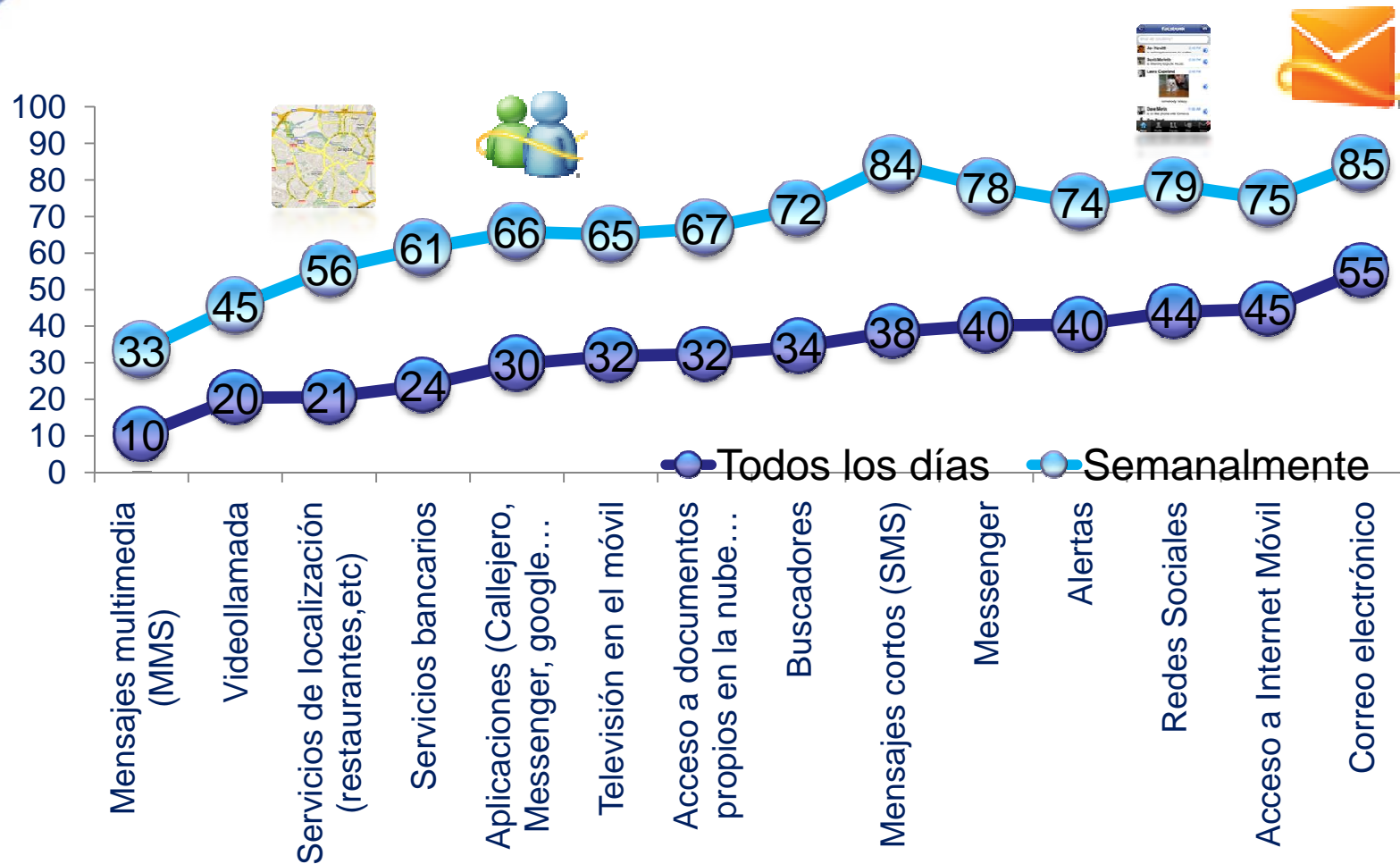
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años

# Evolución del uso de servicios

Porcentaje de crecimiento vs la ola anterior



# Frecuencia del uso de servicios

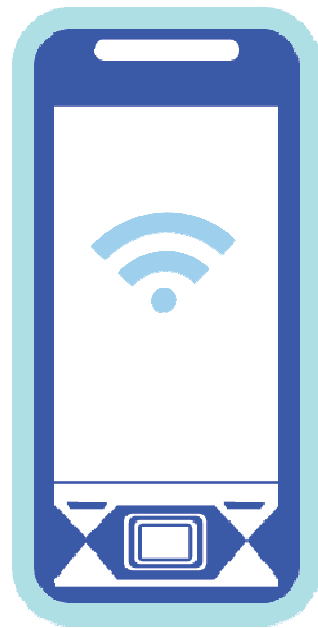


Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años

# Perfil del uso de servicios



## 4. Internet Móvil

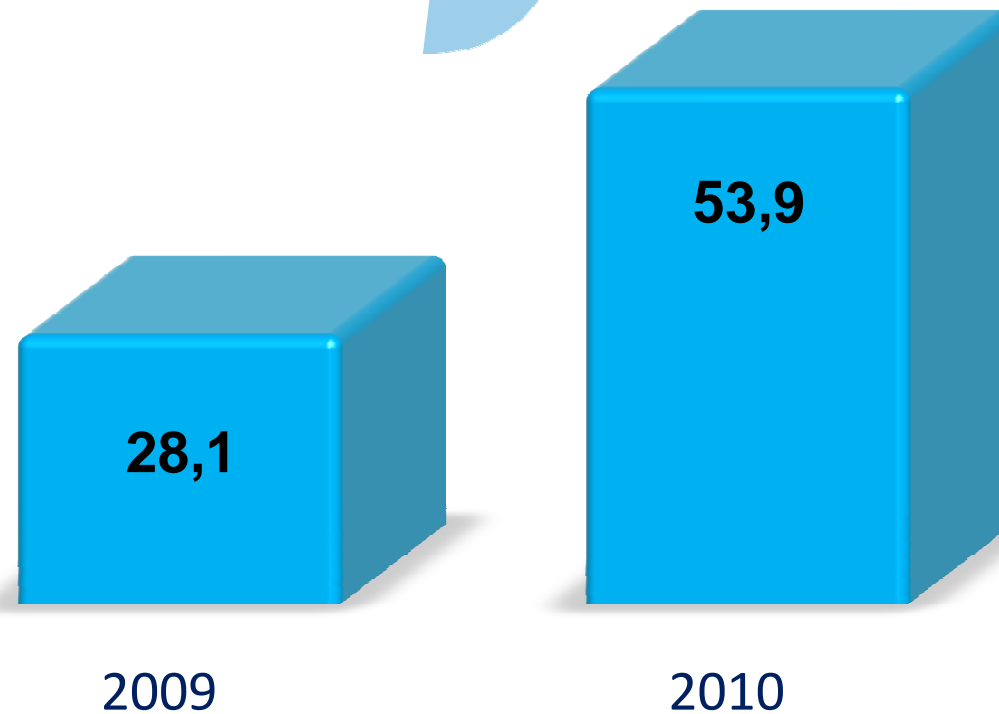




# Uso de Internet Móvil

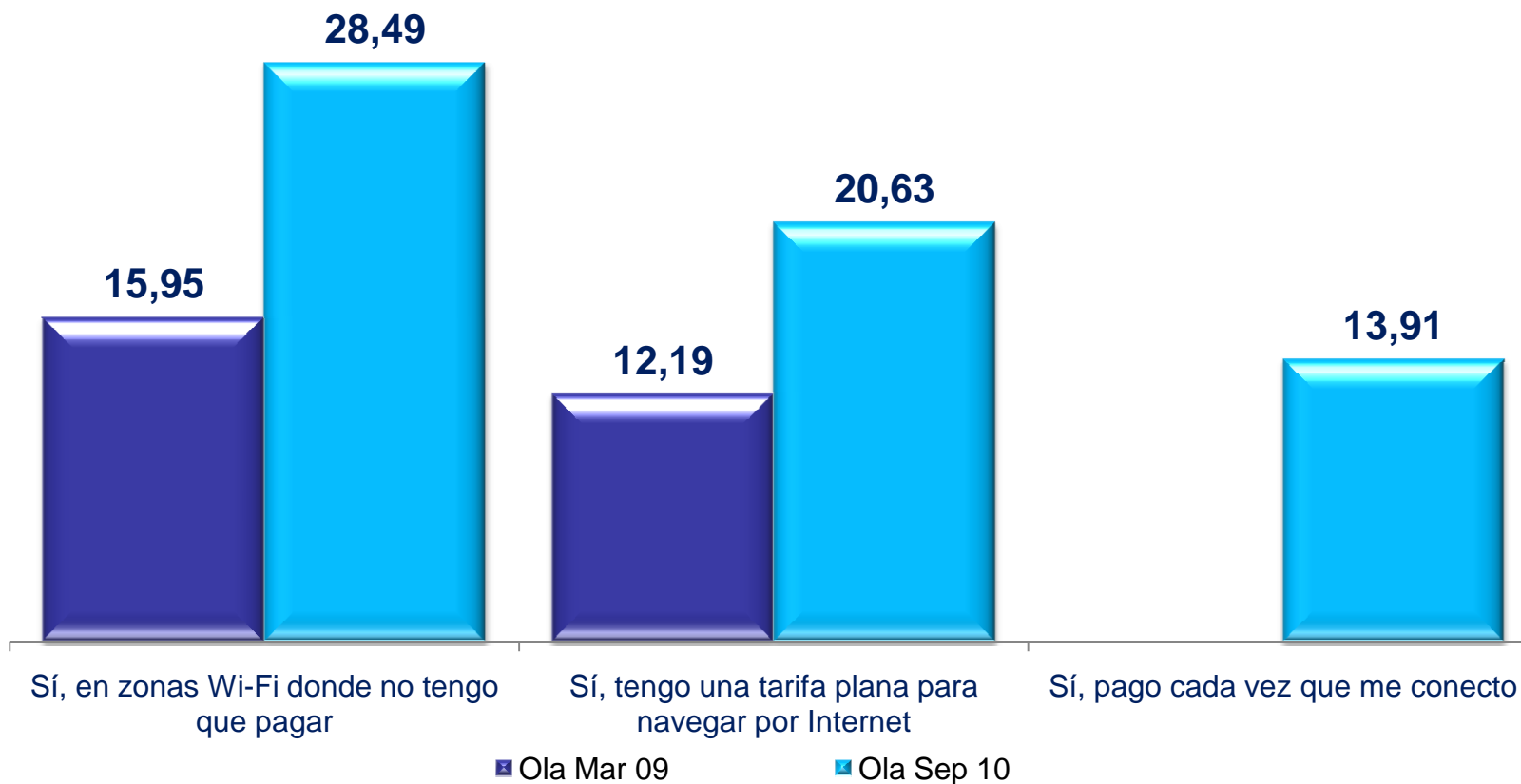


+90%



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado de 2 Olas. Muestra 8.053 internautas 14-44 años

# Uso de Internet Móvil



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado de 2 Olas. Muestra 8.053 internautas 14-44 años

## ¿Quiénes son?



**Crecimiento en  
Mayores de 25 años**

**Crecimiento en  
18 a 30 años**

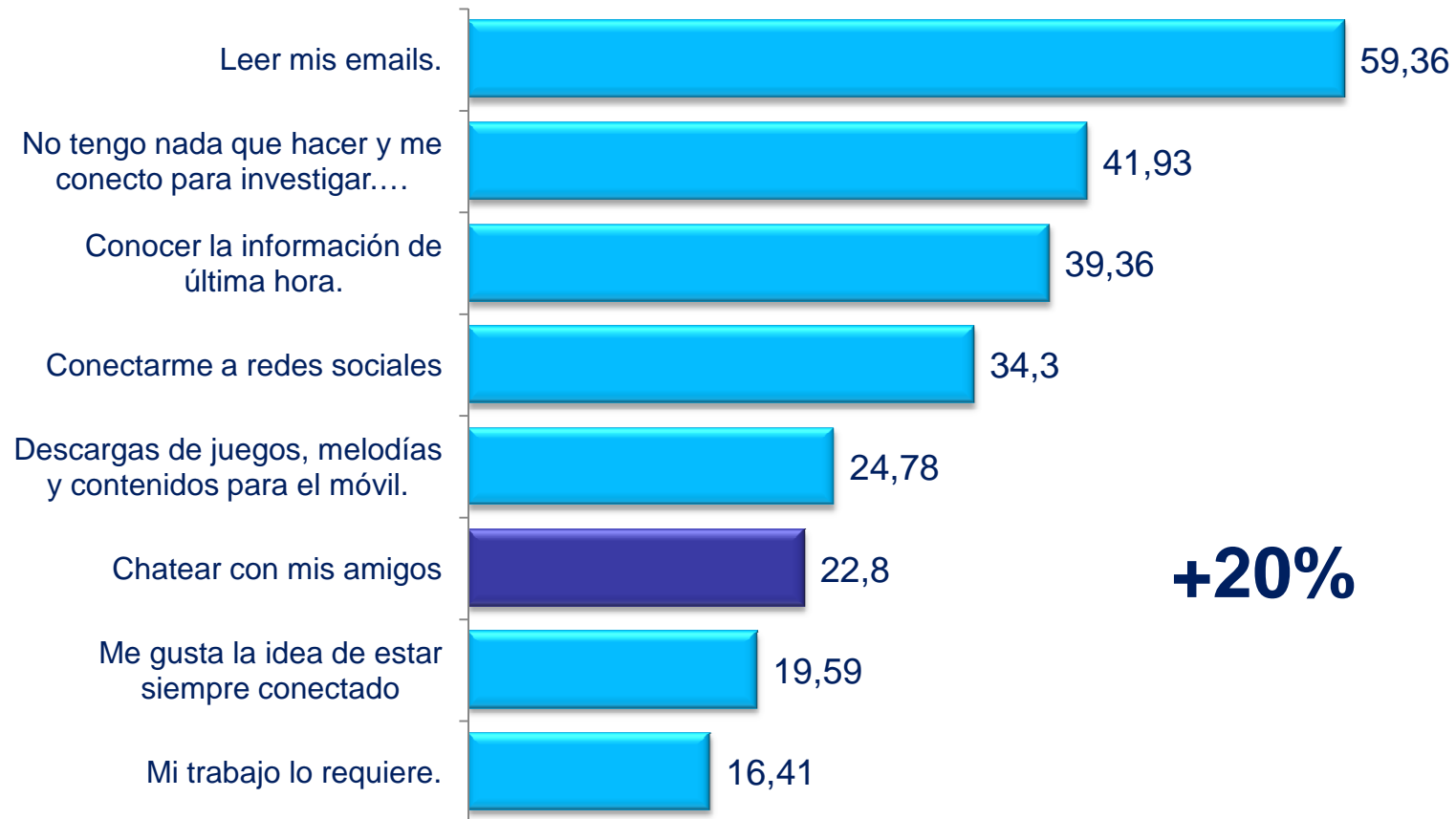
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado de 2  
Olas. Muestra 4.106 internautas 14-44 años que navegan en internet móvil

# Tiempo de Conexión diario



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado de 2 Olas. Muestra 4.106 internautas 14-44 años que navegan en internet móvil

# Motivaciones



**+20%**

Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 2.176 internautas 14-44 años

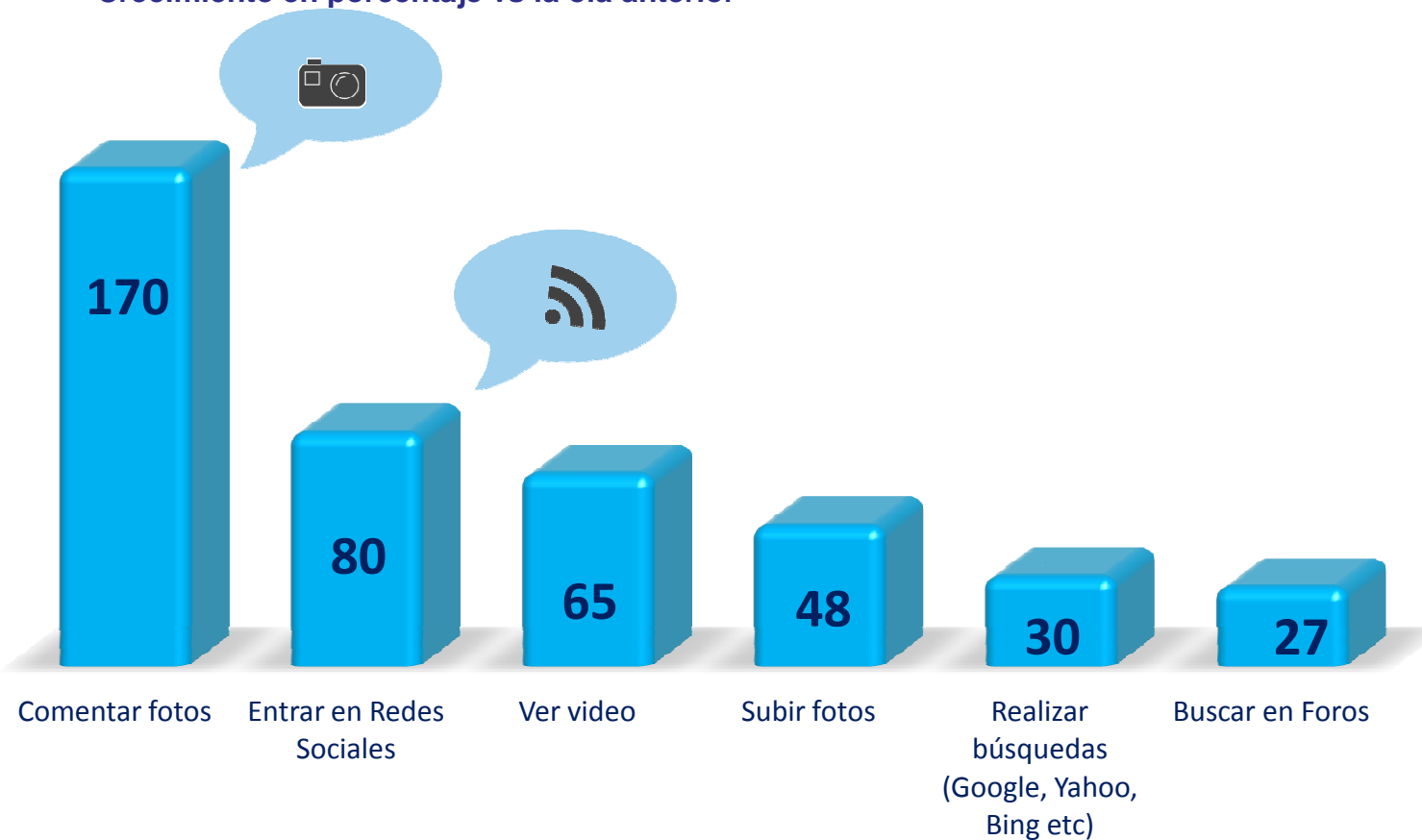
# Actividades



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 2.176 internautas 14-44 años

# Principales Crecimientos

Crecimiento en porcentaje vs la ola anterior

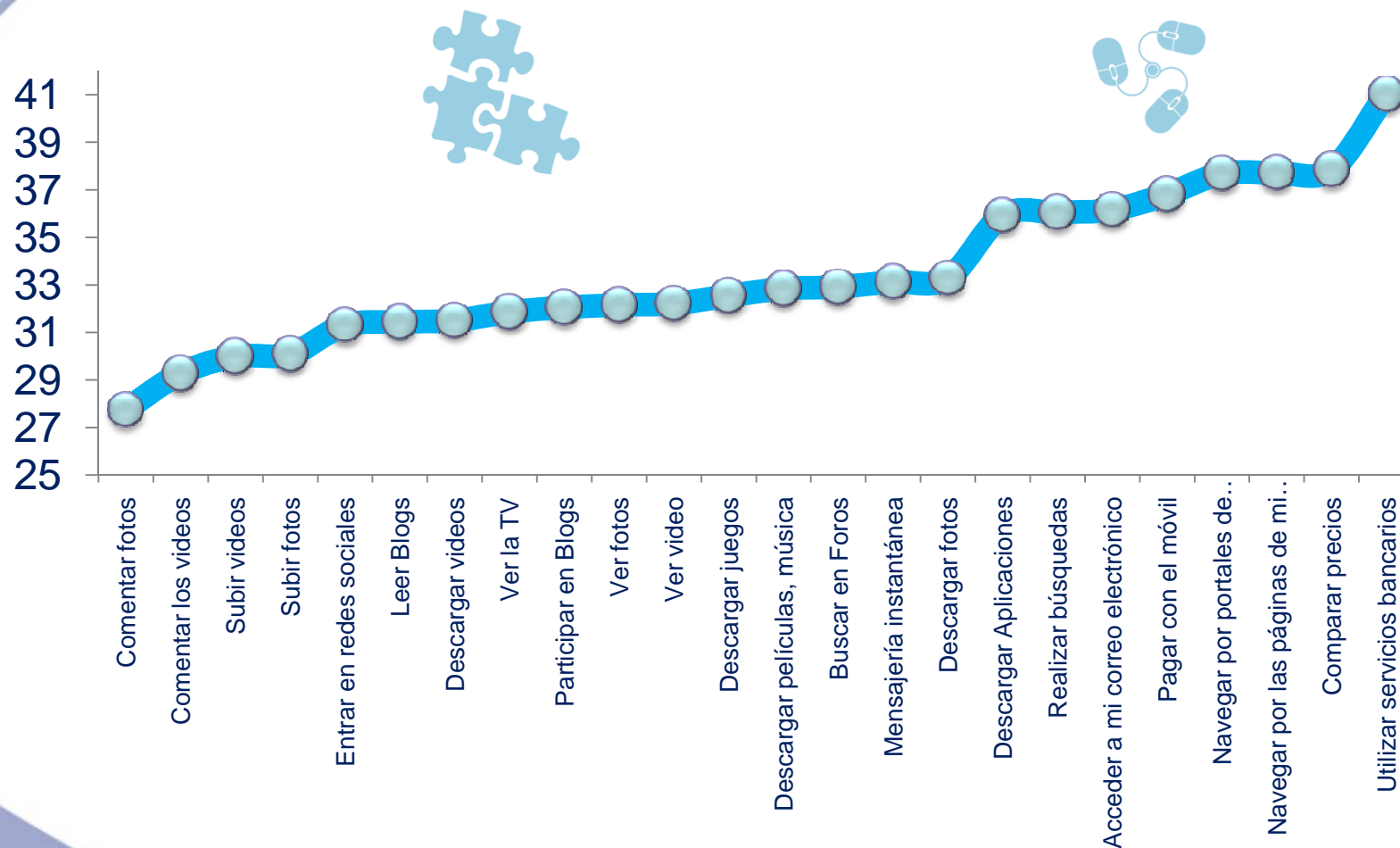


Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado de 2 Olas. Muestra 4.106 internautas 14-44 años que navegan en internet móvil

# Edad Media

## Internet Social & Entretenimiento

## Internet Profesional



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 2.176 internautas 14-44 años



## 4. 1 Redes Sociales

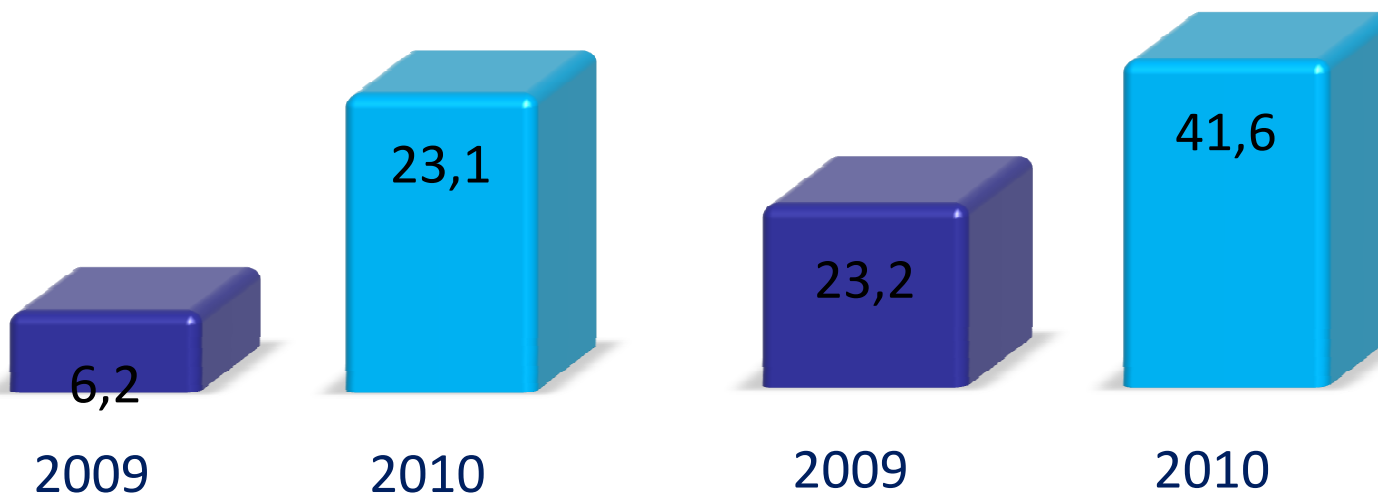


# Uso de redes sociales en el móvil



**+ 272%**

**+ 80%**



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado de 2 Olas. Muestra 8.053 internautas 14-44 años

# Perfil del usuario de redes sociales: Jóvenes urbanos

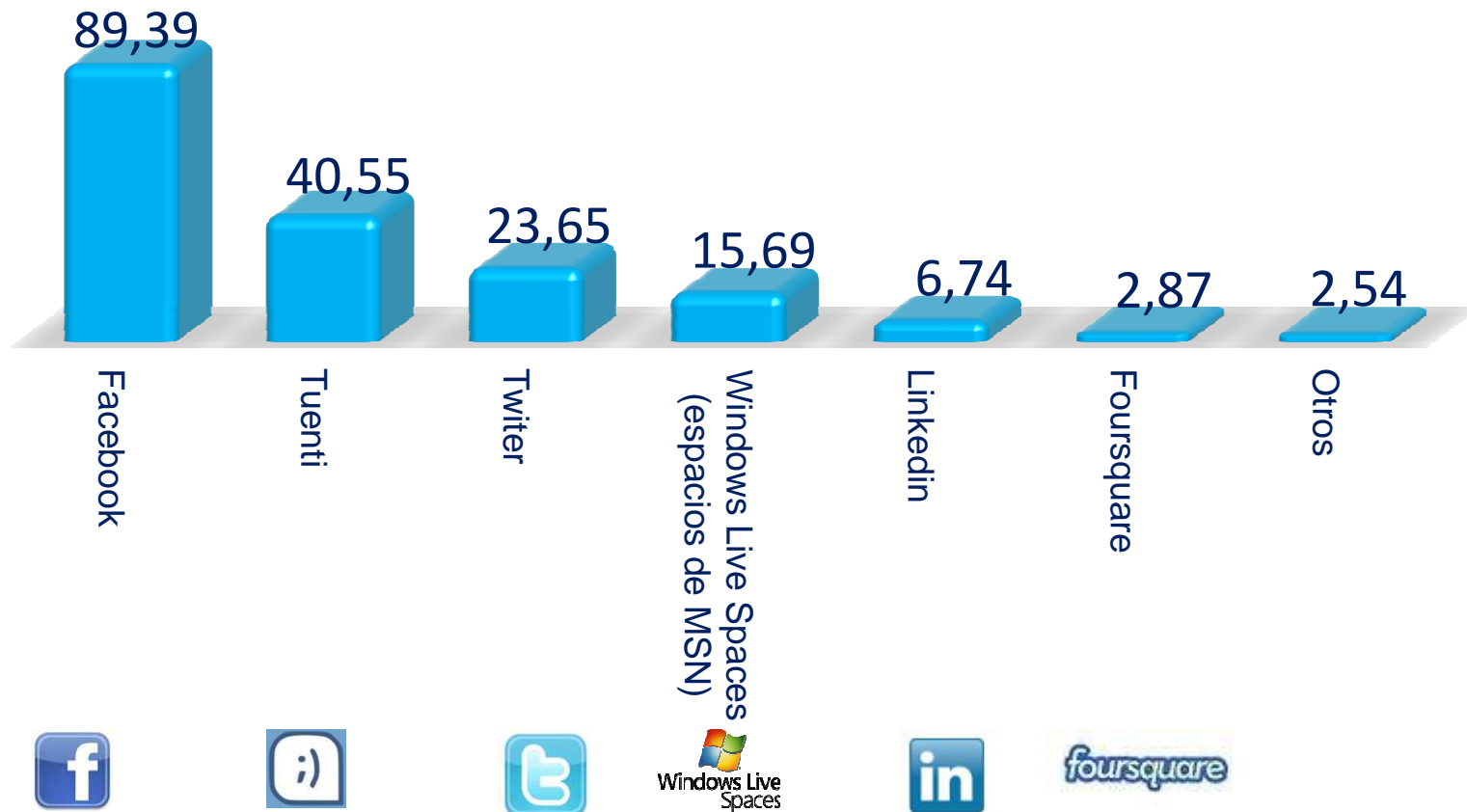
El **62%**  
es menor  
de 30 años.

El **44%**  
vive en  
ciudades de  
más de  
200.000  
habitantes



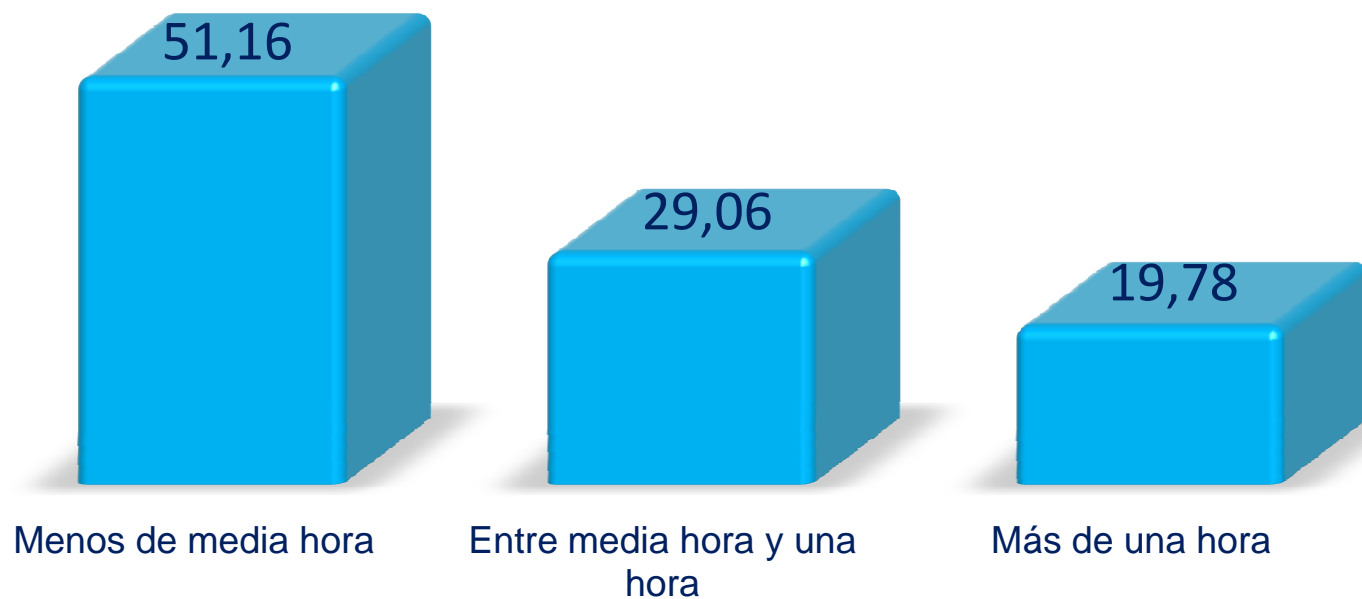
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 905 internautas 14-44 años que acceden a redes sociales (41,6% de los que accede a internet)

# Redes Sociales a las que acceden



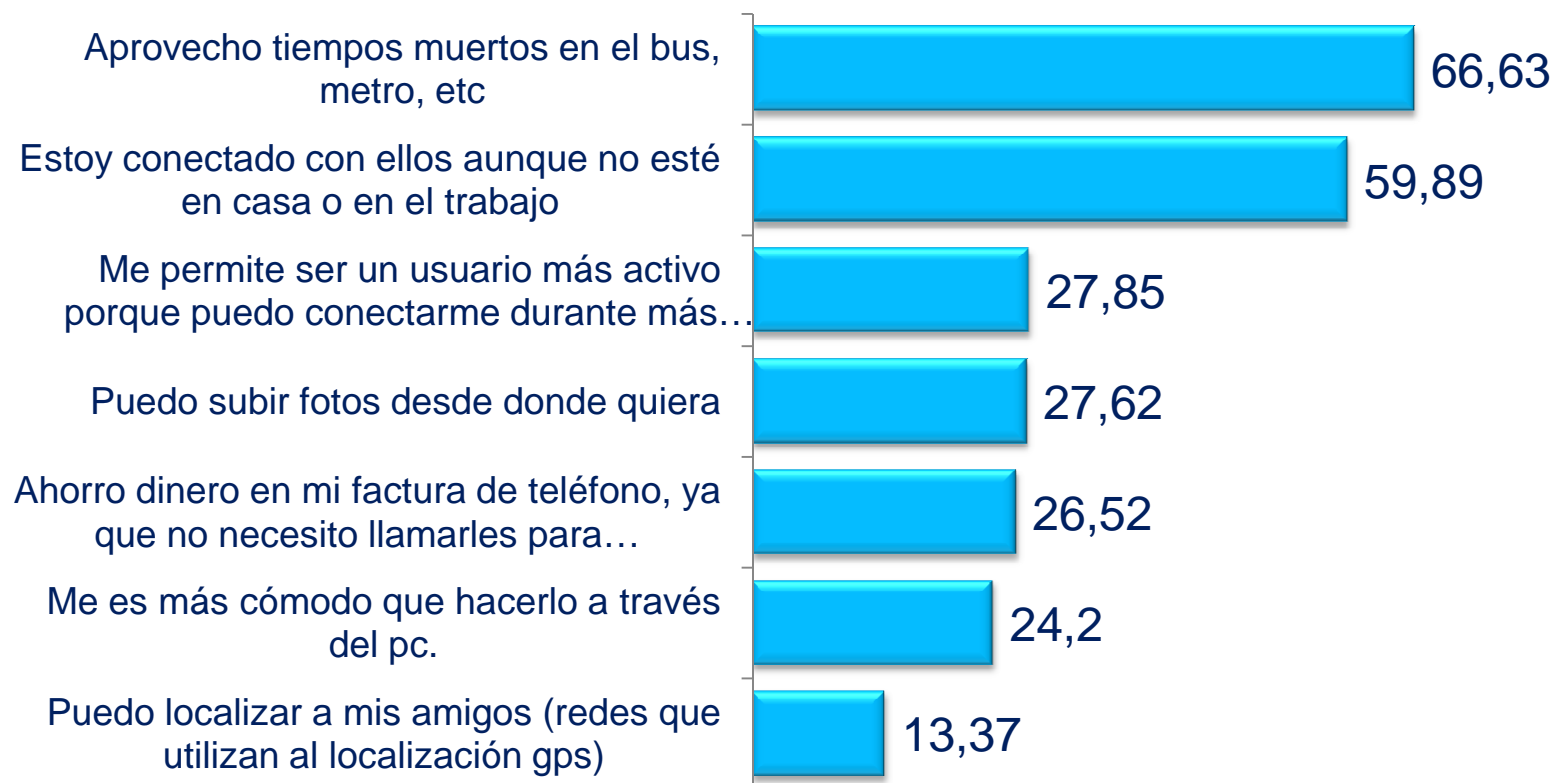
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010. Muestra 905 internautas 14-44 años que acceden a redes sociales (41,6% de los que accede a internet)

# Tiempo de Conexión a Redes Sociales



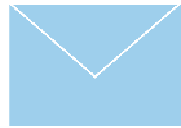
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010. Muestra 905 internautas 14-44 años que acceden a redes sociales (41,6% de los que accede a internet)

# Ventajas acceso a Redes Sociales a través del móvil

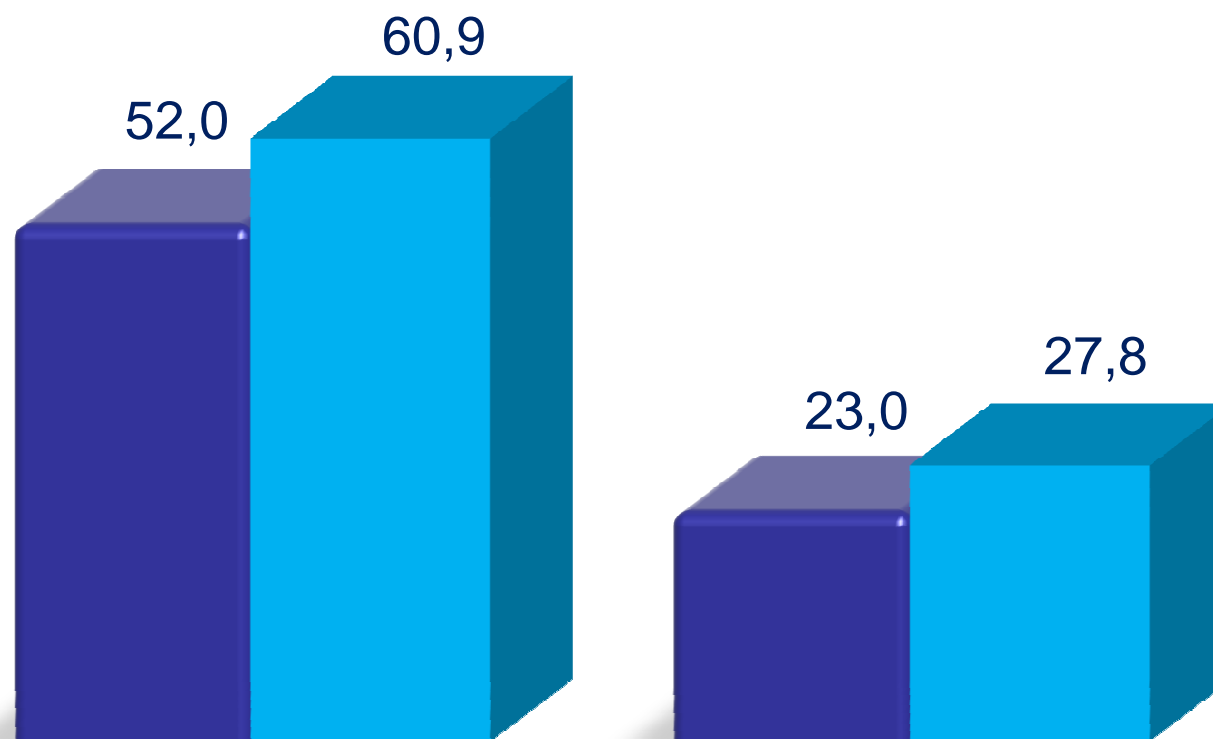


Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010. Muestra 905 internautas 14-44 años que acceden a redes sociales (41,6% de los que accede a internet)

## 4.2 Correo y Mensajería



# Uso de Correo y Mensajería



Correo

SMS

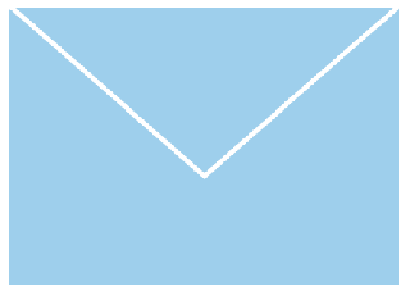
Mensajería

Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado 2 Olas .  
Muestra 4.106 internautas 14-44 años



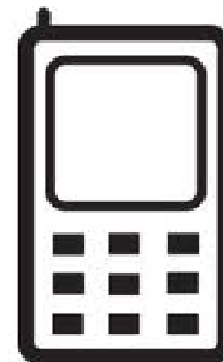
# Perfil de los usuarios

**CORREO:  
adultos**



**Adulto profesional;  
40% es doctorado  
o licenciado**

**MENSAJERÍA:  
jóvenes**

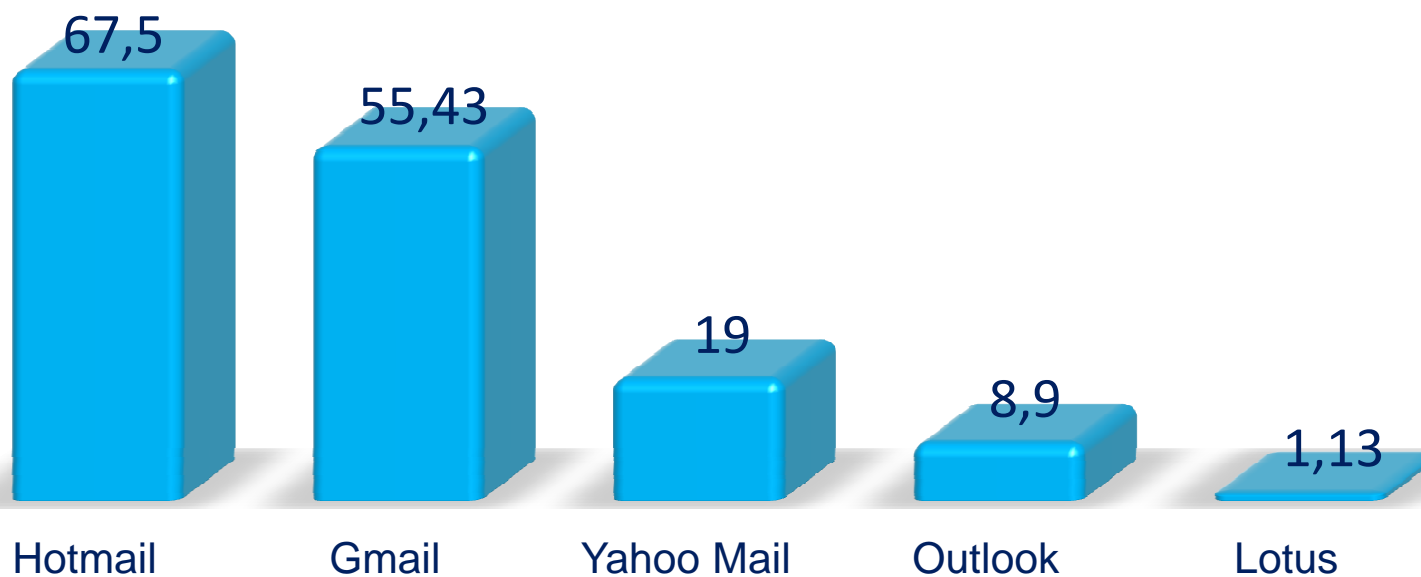


**sms**  
2112

**40% es  
menor de 24  
años**

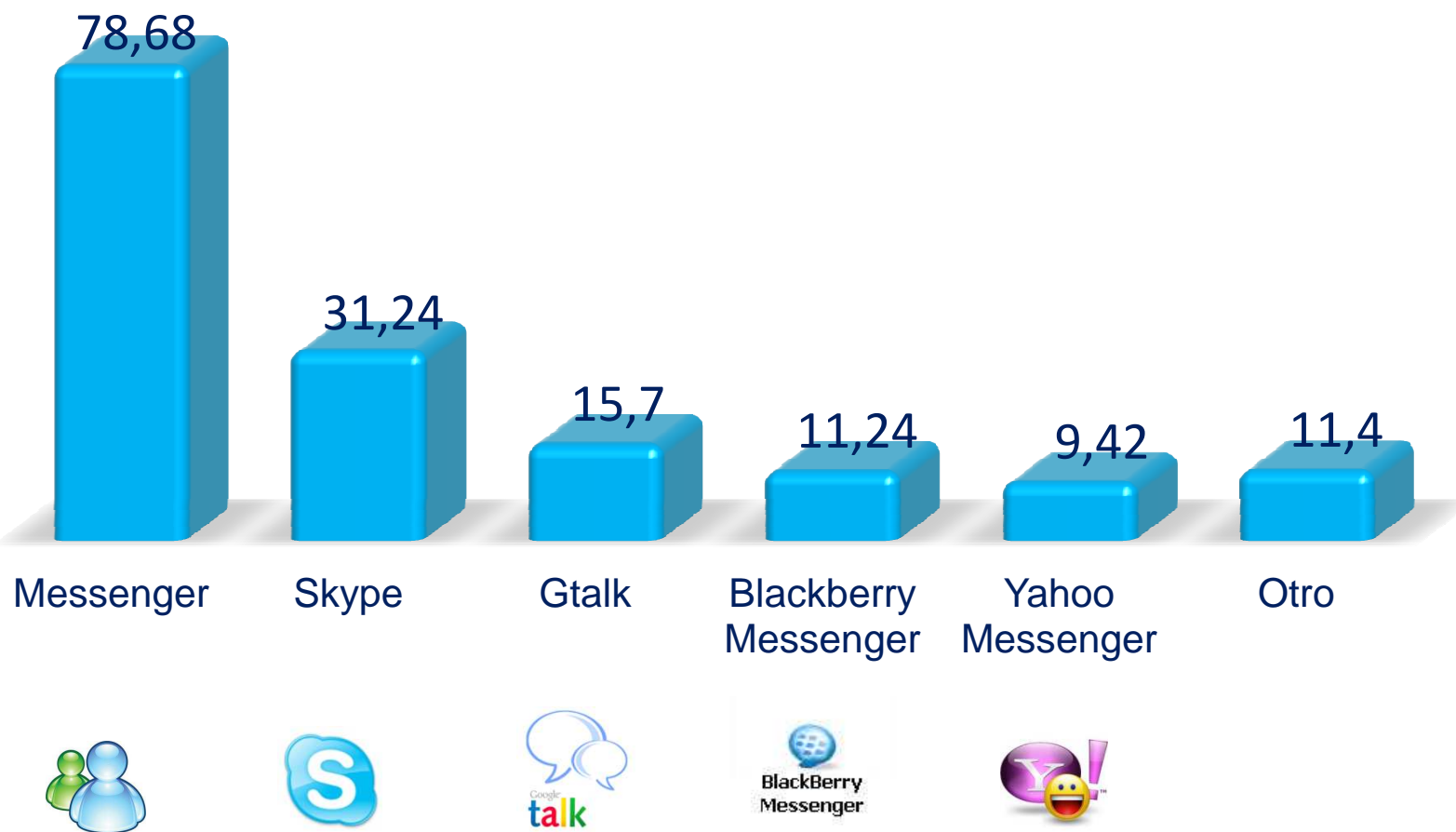
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado 2 Olas. Muestra 4.106 internautas 14-44 años

# Servicios de Correo



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra: 1.326 internautas 14-44 años

# Servicios de Mensajería



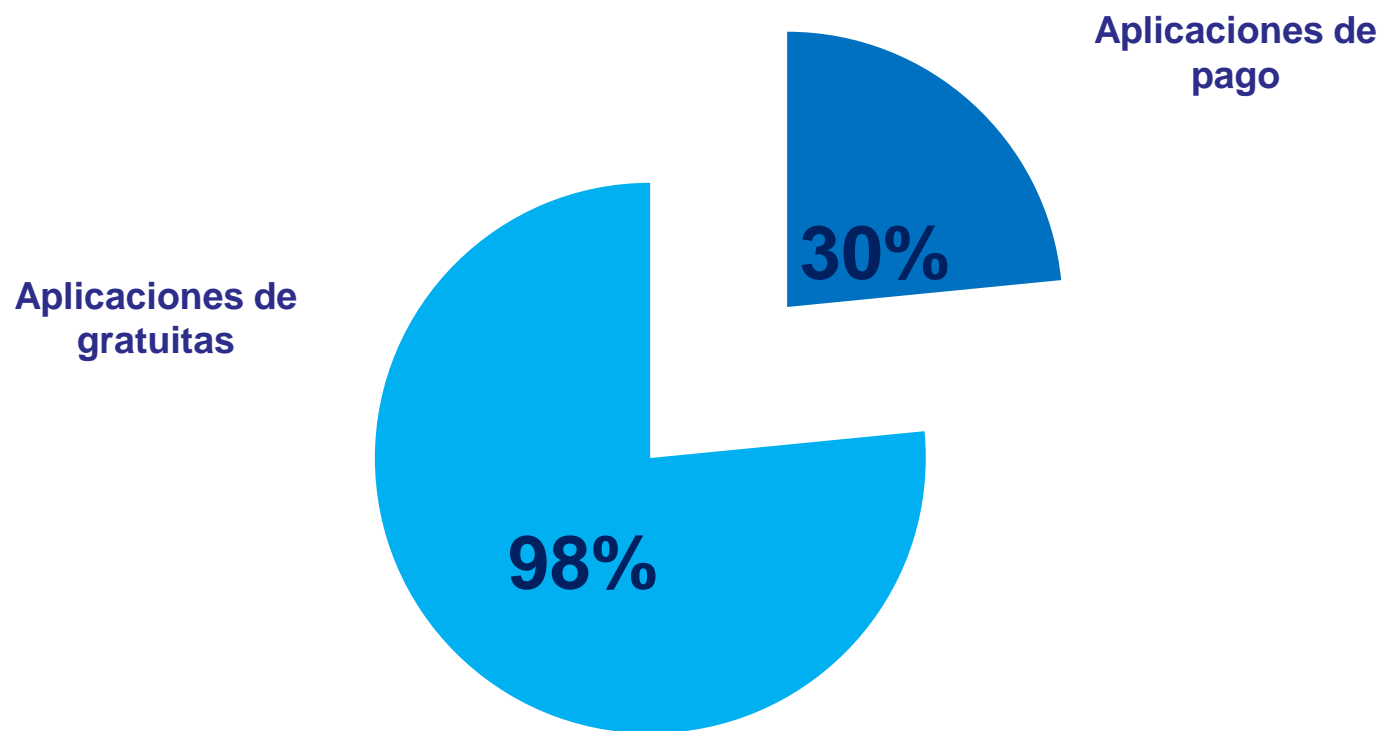
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra: 605 internautas 14-44 años

## 4.3 Aplicaciones



# Descarga de Aplicaciones

El 24% de los usuarios de internet móvil se descarga aplicaciones



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra: 536 internautas 14-44 años

# Perfil del Usuario

Individuos cualificados

39% Doctorado o  
Licenciado



# Aplicaciones que más interesan



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra:536 internautas 14-44 años

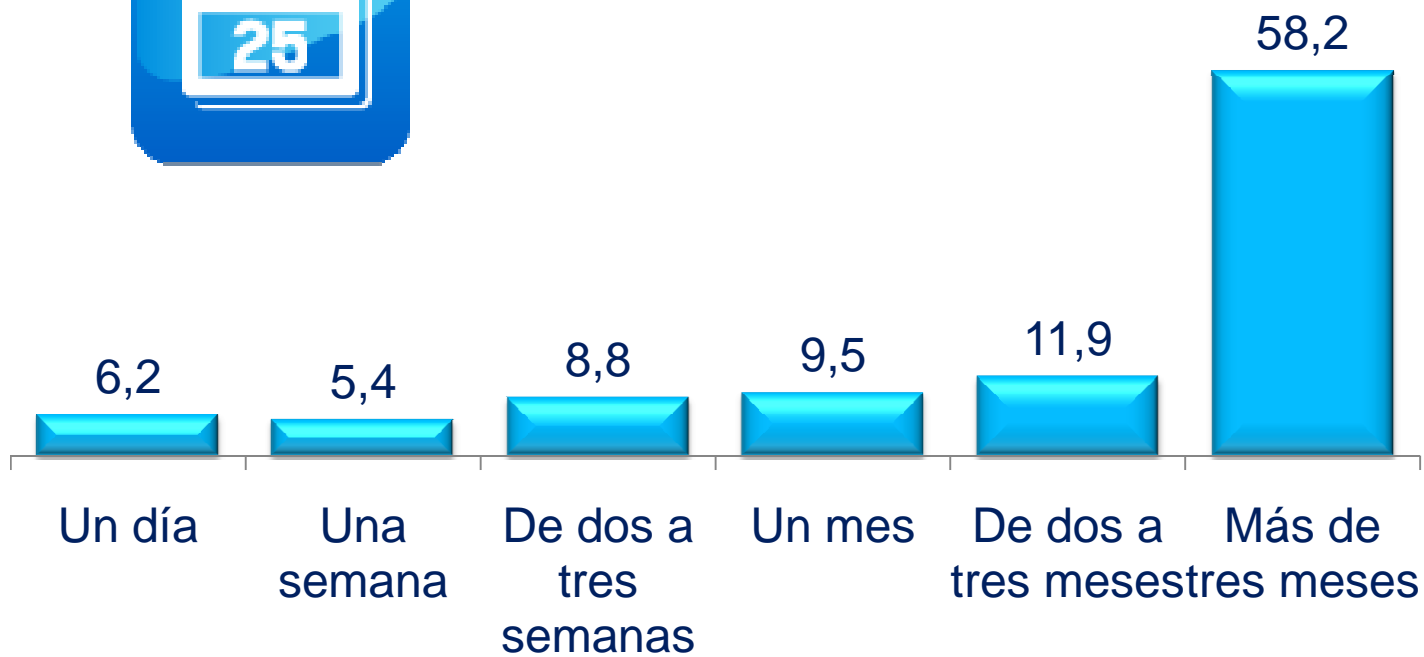
# Frecuencia del uso de Aplicaciones



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010. Muestra 4.033 internautas 14-44 años



# Vida de una aplicación



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra: 536 internautas 14-44 años

# Aplicaciones que Perduran



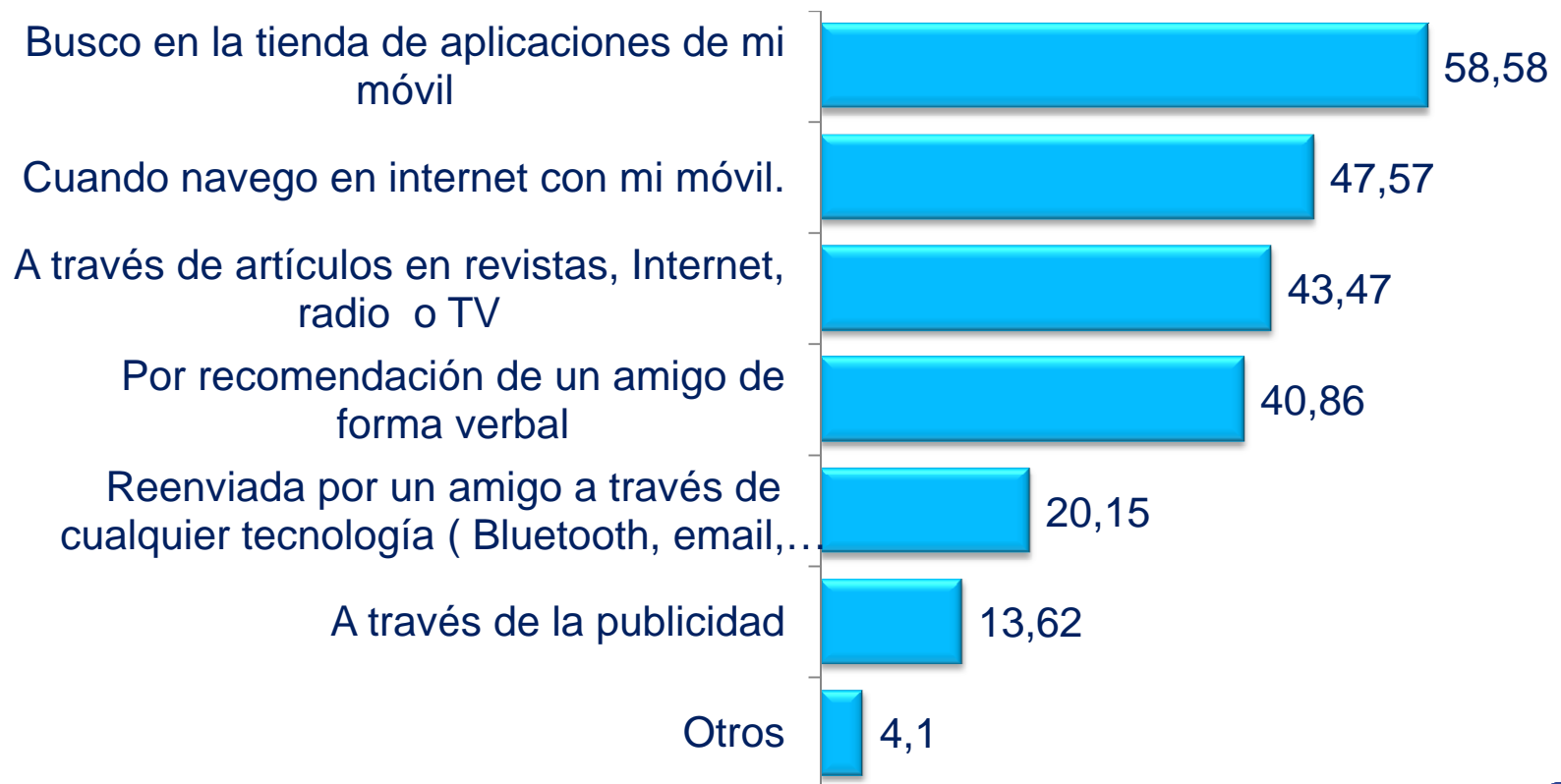
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra:536 internautas 14-44 años

# Atractivo de una aplicación



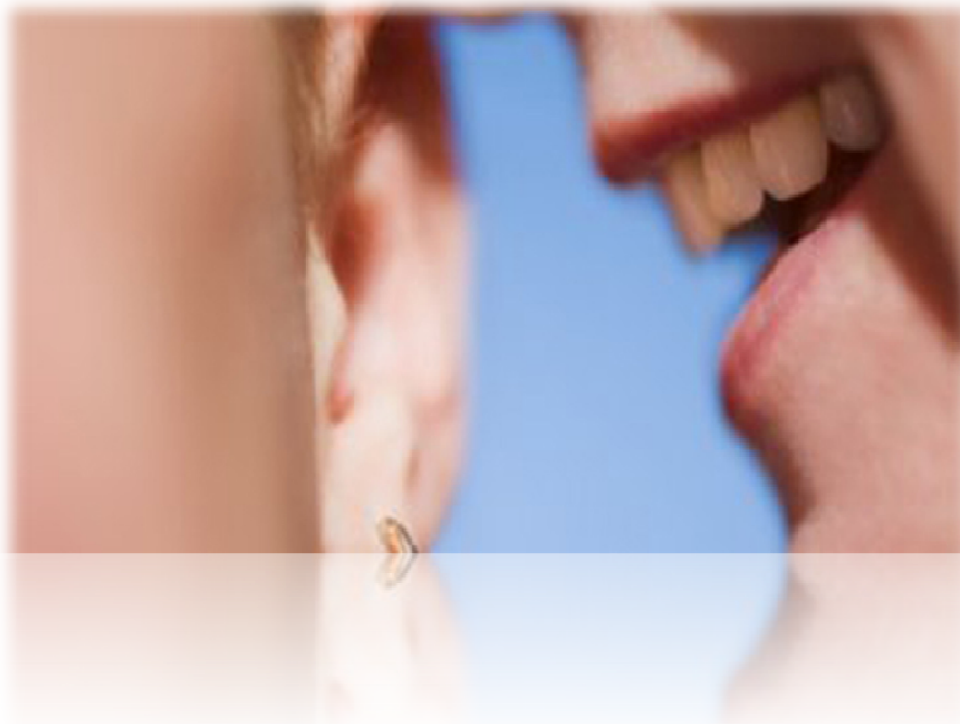
Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra: 536 internautas 14-44 años

# Descubrimiento de las Aplicaciones



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra:536 internautas 14-44 años

# Más de la mitad hablan de los contenidos que se descargan



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 2.176 internautas 14-44 años

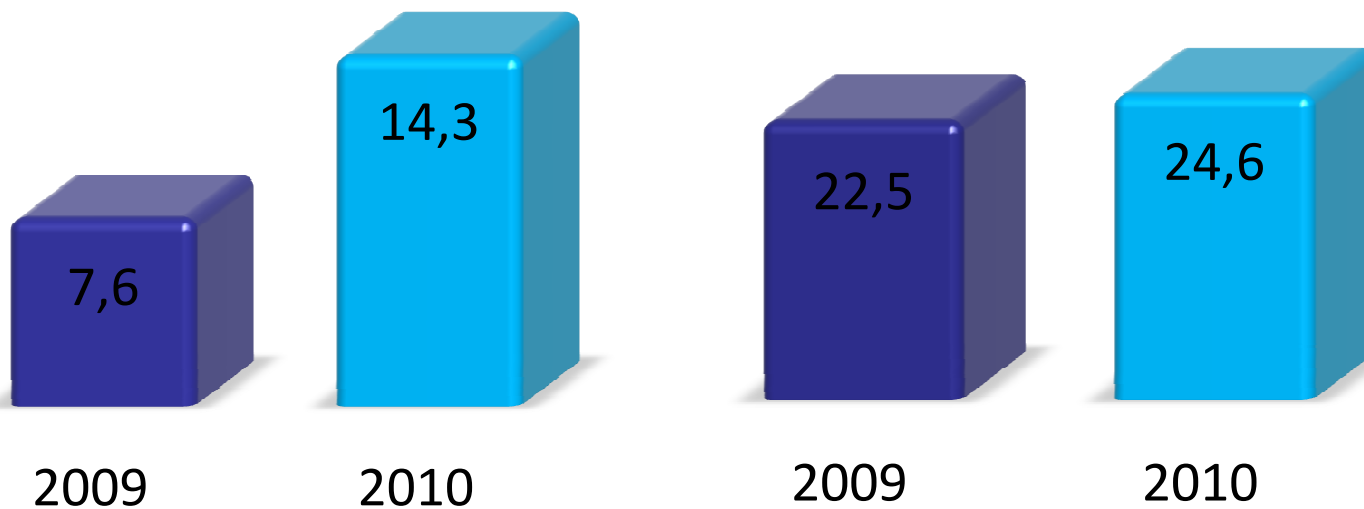
## 4.4 Geolocalización



# Uso de servicios de Geolocalización

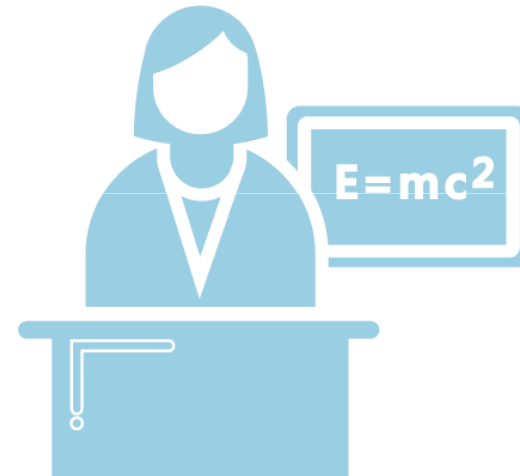
+ 88%

+ 9%



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. Acumulado de 2 Olas. Muestra 8.053 internautas 14-44 años

# Usuarios de Geolocalización: jóvenes urbanos cualificados





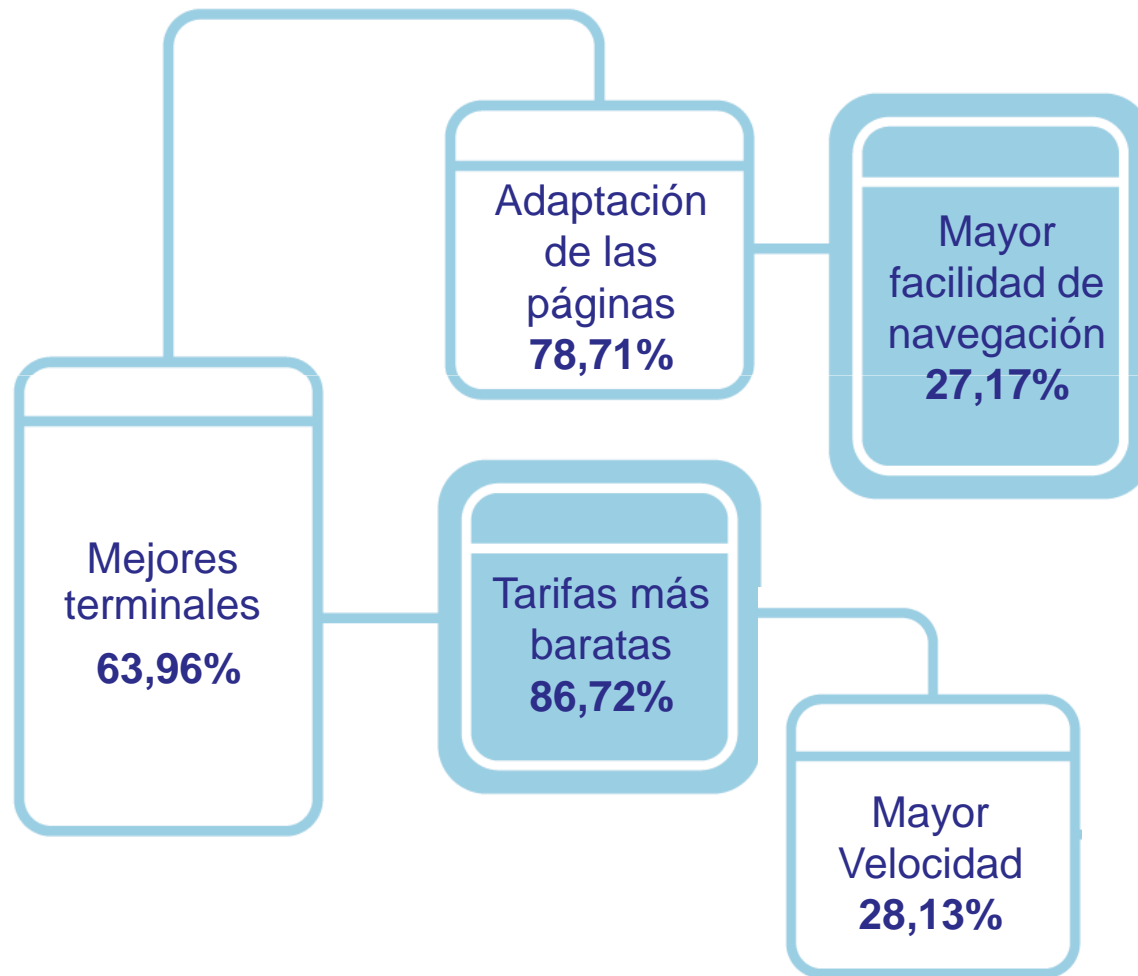
# Potencialidad

A el 73,5% le interesa que los mensajes publicitarios estén relacionados con el lugar donde se encuentra



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 2.176 internautas 14-44 años

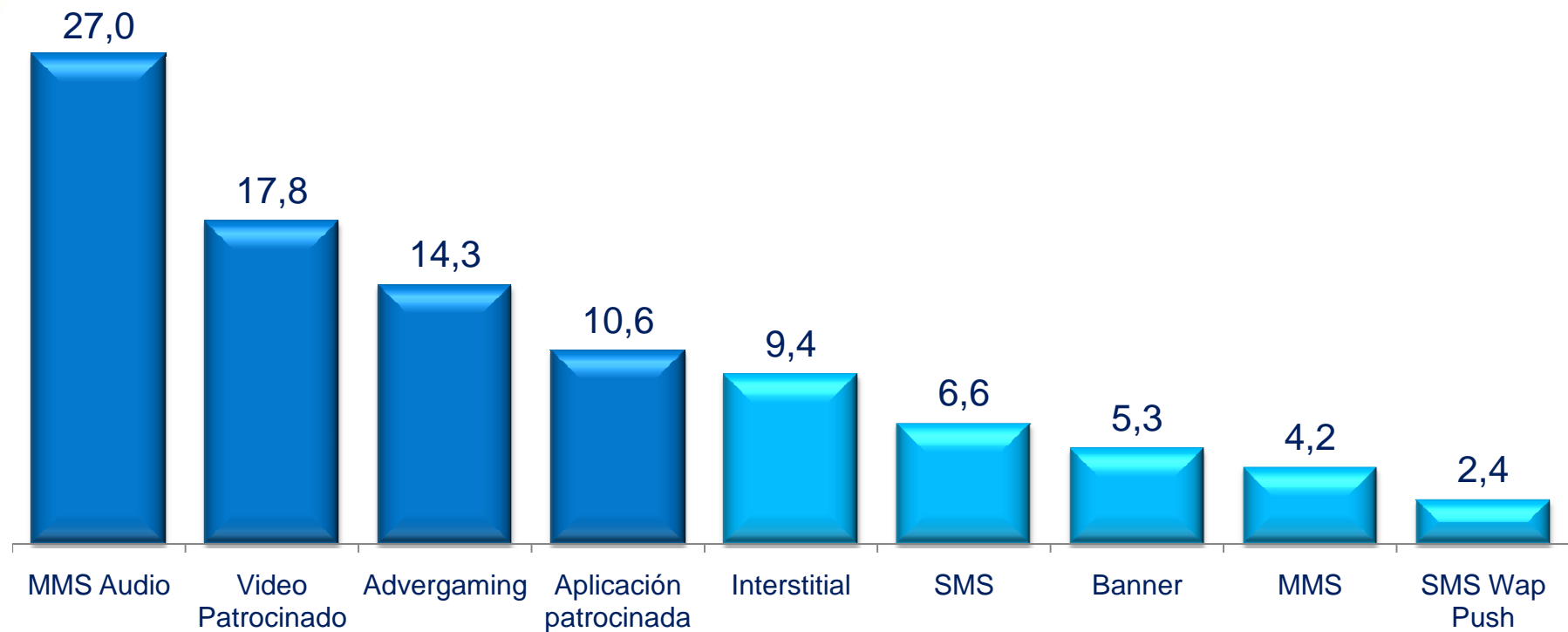
# ¿Qué demanda el usuario?



# 5. Percepción de la publicidad



# Formatos Atractivos



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años

**El 45,57%** daría permiso para recibir publicidad  
en su móvil  
Este porcentaje incrementa si...

**Beneficio**



**Bajo  
Demanda**

Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años

# Permiso para recibir publicidad



tocAd

Si obtuviese descuentos en la factura telefónica

62,98

Si obtuviese puntos de fidelización de operador móvil

55,72

Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010. Muestra 4.033 internautas 14-44 años

# Contenidos Publicitarios

Ocio, música, deporte, tiempo, noticias



Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años

# ¿El consumidor percibe la publicidad en su móvil?





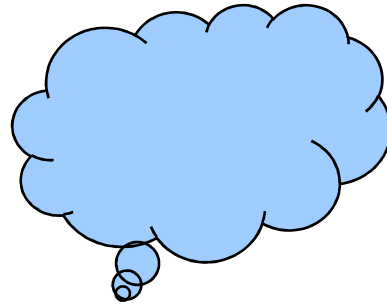


**72%** RECUERDA  
ver publicidad en su móvil

**25%** SE FIJA en la publicidad

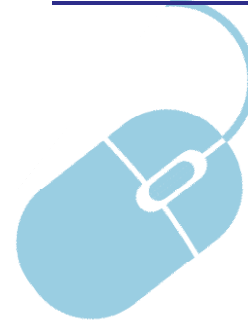


Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años



**60%** RECUERDA haber visto publicidad al navegar en su móvil

**49%** ha hecho CLICK alguna vez



# El Mobile Marketing aporta a las marcas

- 💡 Modernidad (45%)
- 💡 Innovación (44%)
- 💡 Diferenciación (38%)
- 💡 Liderazgo (30%)

Fuente: Zed Digital. Estudio sobre la percepción usos y tendencias de la telefonía móvil. 4º Ola Sep-2010.  
Muestra 4.033 internautas 14-44 años

# 6. Conclusiones



# Conclusiones



1. El acceso a internet móvil alcanza el 54% de los individuos de 14 a 44 años. Crece un 90% respecto a nuestra anterior ola del año 2009.
2. Principales palancas de Internet móvil:
  1. Dispositivos más avanzados y capaces
  2. Mejora en el precio y aumento de acceso WIFI
  3. Aumento del rango de servicios e incremento del uso y tiempo de consumo

# Conclusiones



4. Mercado maduro con un consumidor para el que la tecnología no es un freno. Dispone de terminales cada vez más avanzados y accede y disfruta de los nuevos servicios
5. Redes Sociales, Búsquedas y Servicios de Geolocalización protagonizan esta nueva oleada
6. La Localización como impulsor del mobile marketing. Al 73% le interesan los mensajes publicitarios relacionados con el lugar en el que se encuentra.

# Conclusiones

7. La publicidad en el móvil aporta al anunciante modernidad, innovación diferenciación y liderazgo. Aparecen nuevos formatos y se enriquece la experiencia.
8. La audiencia está cada vez más en el móvil y en el futuro el acceso a internet será en movilidad. Esto convierte al móvil en una maravillosa plataforma no sólo como canal publicitario sino también como canal de e-commerce y punto de contacto entre marcas y consumidores.





Con el patrocinio de:

